

# epd medien

Frankfurt am Main ■ [www.epd.de](http://www.epd.de)

30. April 2021 **17**

## INHALT **Modell Youtube**

Die ARD sollte ihre Mediathek dem Dialog öffnen / *Von Hermann Rotermund* ..... 3

### **Inland**

Zeitschriftenverlage rechnen mit langfristigen Corona-Folgen .....	7
Geplante Presseförderung des Bundes abgesagt .....	8
IVW: Gesamtauflagen stabilisieren sich auf Krisenniveau .....	9
ARD: Mehr Geld für Saarländischen Rundfunk und Radio Bremen .....	10
MDR-Staatsvertrag von allen Landtagen ratifiziert .....	10
Buhrow: Bedeutung klassischer Medien nimmt zu .....	11
Kritik an satirischer Aktion von Künstlern zur Corona-Politik .....	12
Bundesregierung verurteilt Angriff auf Journalisten vor Kanzleramt .....	14
Impfungen: Einige Bundesländer stufen Journalisten in Prio 3 ein .....	14
Selbstständige Kulturschaffende sollen mehr hinzuverdienen dürfen .....	15
Einstweilige Verfügung gegen Wirecard-Dokudrama von RTL .....	16
Cyber-Angriff beeinträchtigt Madsack Mediengruppe .....	16
Schutzkodex soll Medienschaffende besser schützen .....	17
Pressekodex für die Polizei in Baden-Württemberg eingeführt .....	17
Weitere Inlandsmeldungen ab Seite .....	18

### **Internationales**

USA: Erneut Polizeigewalt gegen Reporter in Minnesota .....	25
Russischer Investigativjournalist wehrt sich gegen Durchsuchung .....	25
IPI beklagt Einschränkungen der Pressefreiheit in aller Welt .....	26
Mip-TV wegen Corona-Pandemie erneut nur online .....	27
Fünf Sender in Europa bieten Programme gemeinsam an .....	28

### **Kritik**

VOR-SICHT: „Goldjungs“ von Christoph Schnee, Eva Zahn und Volker A. Zahn (ARD) .....	29
„Tonis Welt“ von Felix Ahrens, Felix Binder und Elena Senft (Vox) .....	30
„Schattenwelten Berlin“ von Buwert/Hummel/Karon/Schumacher (RBB) .....	31
„Edda Moser - Königin der Nacht“ von Hilla Schulte (Arte/ZDF) .....	32
„Tatort: Höllenfeuer“ von Martin Heindel und Daniel Wild (ARD/BR/WDR) .....	33
„Sechs Wochen im Frühling“ von Leist/Boy/Kriwet/Wieghaus (WDR 3) .....	34
„Otto“ von Stefanie Ramb und Dana von Suffrin (Bayern 2) .....	35

## Modell Youtube

### Die ARD sollte ihre Mediathek dem Dialog öffnen / Von Hermann Rotermund

epd Dass der Rundfunk sich in einer digitalen Transformation befindet, ist inzwischen unumstritten. Der derzeitige ARD-Vorsitzende Tom Buhrow hat Ende März in einem Artikel in der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ die Perspektive angedeutet, dass lineare öffentlich-rechtliche Fernseh- und Hörfunkprogramme künftig nur noch als Kanäle einer Mediathek verbreitet werden (epd 12/21). Internet-Angebote des Rundfunks können dann auch nicht mehr als „dritte Programmsäule“ verstanden werden, von der im Jahr 2000 der damalige WDR-Intendant Fritz Pleitgen sprach (epd 94/2000) – und wie es beispielsweise der neue NDR-Staatsvertrag vorsieht. Sie sollen vielmehr die zentrale und perspektivisch alleinige Verbreitungsform des Programms werden. An dieser Stelle enden allerdings die veröffentlichten Überlegungen, obwohl nun Ausführungen zur Umsetzung folgen müssten.

Eine tatsächliche Transformation des Rundfunks zu einem Online-Medium wird nicht durch die Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehsendungen durch Mediatheken gefördert, sondern durch die Produktion von Angeboten primär und speziell für sie. Dies könnte über eine festgelegte Quote der Programmausgaben unterstützt werden, die mindestens in die Mediatheken fließen müssen. Wirklich etwas bewegen ließe sich mit 20 Prozent in der nächsten Beitragsperiode und Steigerungen auf 40 und 60 Prozent in den folgenden vierjährigen Perioden.

#### Die „Big Five“ der ARD

Die Mediatheken von ARD, ZDF und Deutschlandradio haben schon jetzt im Nutzungsportfolio vieler Hörer und Zuschauer einen festen Platz. Angesichts der Erwartungen, die heute und in naher Zukunft mit Recht an sie gestellt werden, ist eine Diskussion der Form und Funktionen dieser Angebote angebracht. Die folgenden kritisch-analytischen Ausführungen konzentrieren sich auf die Webversion und die Apps der ARD-Mediathek und werfen einen Seitenblick auf die ARD-Audiothek. Beide gehören zu den „Big Five“, um deren Konfiguration und Entwicklung sich seit September 2018 das sogenannte ARD-Digitalboard und diverse Fachkommissionen kümmern – die anderen drei großen Angebote sind die Online-Auftritte von „Tagesschau“, „Sportschau“ und Kika.

Die Programmverbreitung im Internet wird seit mehr als 20 Jahren durch drei Faktoren bestimmt und gewissermaßen kanalisiert: den gesetzlichen Rahmen, die

Absichten der Verantwortlichen und die Kompetenz bei der Umsetzung und Ausführung von Vorhaben.

#### Ein Content-Netzwerk

epd Der ARD-Vorsitzende Tom Buhrow hat kürzlich in der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ ein „Zukunftsbild“ für die ARD gefordert (epd 12/21). Die Kennzahlen aus der Medienforschung würden darauf hinweisen, „dass Menschen im Jahr 2030 Medien vor allem auf Abruf nutzen“, schrieb er. Die sogenannte non-lineare Nutzung werde die klassische lineare Nutzung überholen. Die ARD sei auf dem Weg zu einem Content-Netzwerk. Der Medienwissenschaftler Hermann Rotermund hat sich angesichts dieser Zukunftsvision die bestehenden nonlinearen Angebote der ARD, die Mediathek und die Audiothek, aus der Nutzerperspektive angeschaut. Er kommt zu dem Schluss, diese Angebote müssten ausgebaut und modernisiert werden und könnten schon jetzt deutlich mehr bieten. Rotermund war von 2004 bis 2013 Professor für Medienwissenschaft an der Rheinischen Fachhochschule Köln. Bei der ARD hatte er von 1996 bis 1998 die Projektleitung für „ARD.de“ und verantwortete von 1997 bis 2000 das Projektmanagement des ARD-Onlinekanals. Im Mai erscheint sein Buch „Nach dem Rundfunk“ im Halem-Verlag.

Neun Jahre nach der Etablierung der ZDF-Mediathek startete die ARD im Jahr 2010 ihre Video-Plattform im Web. Apps für die Betriebssysteme mobiler Geräte folgten einige Jahre später. Die Bereitstellung ausgewählter Sendungen aus der Produktion einzelner Landesrundfunkanstalten oder ihrer Gemeinschaft ist rechtlich durch Staatsverträge gedeckt. Seit 2020 ist der Bezug von Telemedienangeboten zu Sendungen des linearen Programms nicht mehr zwingend. Allerdings können für solche Angebote Drei-Stufen-Tests notwendig werden, die mit aufwendigen Prozeduren verbunden und bei Rundfunkräten unbeliebt sind.

Es ist nicht allein die Klärung, ob geplante Inhalte den Bedürfnissen der Gesellschaft entsprechen, positiv zum publizistischen Wettbewerb beitragen und nachvollziehbar finanziert werden, die dabei Probleme erzeugt. Zusätzlich müssen durch wettbewerbsökonomische Gut-

achten eventuelle Markteinflüsse dieser Angebote auf kommerzielle Anbieter ermittelt werden. Diese Gutachten stellen nach einem methodisch ausgefeilten Blick in die Kristallkugel regelmäßig äußerst geringe zukünftige Marktauswirkungen fest. Bessere Verfahren wie ein periodisches Monitoring bereits laufender Angebote sollten dringend erwogen werden.

Die ARD-Mediathek hat einen Teil der Videokanäle des jungen Angebots Funk integriert, für das ein Drei-Stufen-Test stattgefunden hat. Damit es eigenständige Abrufangebote auch für ein breites Publikum geben kann, müsste für die ARD-Mediathek oder eine spezielle Rubrik von der ARD ein Konzept entwickelt werden, das dann den Drei-Stufen-Test durchläuft.

Online-first-Angebote, die diese Bezeichnung auch vom Konzept her verdienen und nicht nur vom Veröffentlichungszeitpunkt, sind nicht *l'art pour l'art*, sondern könnten die Nutzerbasis von öffentlich-rechtlichem Programm erheblich erweitern, da sich die Fernsehzuschauer und die Online-Nutzer der ARD keineswegs demografisch decken. Inhaltlich stützen sich die Angebote der ARD-Mediathek auf Sendungen der von der ARD betriebenen Fernsehkanäle und des Gemeinschaftsangebots Phoenix. Andere gemeinsam betriebene Programme wie 3sat und Arte sind in der ZDF-Mediathek zu finden. Außereuropäische Filmproduktionen und Sportsendungen auf Abruf fehlen aus rechtlichen Gründen. Manche Sendungen fehlen auch aus Gründen, die für potenzielle Nutzer undurchschaubar sind.

### Fehlende Personalisierung

Der Mediathek fehlt Übersichtlichkeit. Sie präsentiert sich mit einer wirren vertikalen Abfolge von Rubriken, in denen horizontal Bild-Kacheln durchgerollt werden können, die wiederum einzelne Beiträge repräsentieren und aufrufbar machen. Es gibt eine Anmeldung, die eine „Personalisierung“ erlauben soll. Tatsächlich werden dort angefangene, aber nicht zu Ende geschaut Videos angezeigt, das Chaos der Rubrikenfolge bleibt. Völlig unerfindlich ist mir, warum mir, der als angemeldeter Nutzer noch nie einen fiktionalen Beitrag abgerufen hat, als „Empfehlungen für Sie“ ein Irland-Krimi, ein Krimi-Drama, ein „Tatort“, eine Folge aus einer Arzt-Serie, die Serie „Die Toten von Marnow“ sowie eine norwegische Krimi-Serie angezeigt werden. Mir wird keine Dokumentation, kein Stück aus dem investigativen Journalismus, aus der Wissenschaft oder dem Kulturprogramm um Mitternacht empfohlen – das sind die Programme, die ich mir gewöhnlich in der Mediathek ansehe.

Wünschenswert wäre eine sinnvolle Rubrizierung auch in Textform, mit Bezeichnungen, die eine Chance haben, den im Alltag außerhalb der Mediathekennutzung

geschulten Erwartungen von Mediennutzern zu entsprechen. Zum Beispiel ist „Dokuserien“ keine hilfreiche Bezeichnung. Zuschauerinnen und Zuschauer interessieren sich für bestimmte Themen, die sie auch benennen können, nur wenige interessieren sich für „Doku“ im Allgemeinen. Themen werden allerdings im Angebot nicht aufgelistet, und nach ihnen kann auch nicht gesucht werden.

Die Mediathek enthält vermutlich Zehntausende einzelner Beiträge, von denen sich beim Durchscrollen höchstens einige Hundert erschließen lassen, bis Ermüdung eintritt. Die Suchfunktion ist besonders problematisch. Den ZDF-Film über den Autoschlosser, der auch König eines ghanaischen Bezirks ist, finde ich nicht in der ARD-Mediathek. Besser ist es, erst eine Google-Suche zu starten und dann die richtige Mediathek anzusteuern. Die vor Jahren versprochene und auch im Medienstaatsvertrag verlangte Vernetzung der beiden Mediatheken ist in den Anfängen und bei ein paar Hundert Suchbegriffen steckengeblieben. Mehr scheint nicht gewollt zu sein, Markenegoismus schlägt mediale Vernunft.

Ein weiteres Defizit: Seit Ende der 1990er Jahren schaffen es Suchmaschinen, auch fehlerhafte Eingaben zu verarbeiten und den Suchenden das eigentlich Gewünschte aus Datenbanken anzubieten. Suche ich bei Google nach „Richard David Brecht“ oder „Marcel Prost“, bekomme ich sehr wohl Fundstellen für Precht und für Proust angezeigt. Nicht so in der ARD-Mediathek. Die Suche dort ist nicht fehlertolerant. Das führt auch im Falle eigenwillig gewählter Titel zur Fehlanzeige, obwohl das Gesuchte vorhanden ist.

### Erwartungen der Mediennutzer

Ein Hindernis bilden auch irrige Suchergebnisse, die aufgrund zufälliger Wörter im Beschreibungstext oder in internen Schlagwortlisten zustande kommen. Nur ein kleiner Teil der bei der Suche nach „Iran“ gefundenen Videos hat thematisch etwas mit dem Iran zu tun. Eine Auflistung der Inhalte in Form von Themenbäumen könnte vielen an Information, Wissen und Horizonterweiterung und nicht nur an spontaner Entspannung interessierten Nutzern die Fülle des Angebots aufschließen. Dazu müsste allerdings die Qualität der Beschreibungstexte und der für die Suche und Sortierung relevanten unsichtbaren Metadaten erheblich gesteigert werden.

Die seit mehr als einem Jahr andauernde Pandemie hat die Mediennutzung und auch die Erwartung an Medienanbieter verändert. Einige Erwartungen werden mit Recht an öffentlich-rechtliche Anbieter gestellt, aber nicht hinreichend von ihnen erfüllt. Ein Beispiel ist die Ergänzung des Schulunterrichts durch Lehr-

und Lernvideos. Die ARD hat ihre für den Unterricht geeigneten Angebote auf einer Webseite „ARD macht Schule“ zusammengefasst. Über mehrere Klicks lassen sich auch Videos aufrufen. Die Rubrik fehlt jedoch in der Mediathek. Es muss also eine Suche auf der erwähnten Website oder eine Google-Suche dazwischengeschaltet werden, um in der Mediathek vorhandene einzelne Beiträge über ihren Titel dort auffinden zu können.

Die Verlinkung von Inhalten anderer Anbieter wird sehr zaghafte betrieben. Es gibt bei „ARD macht Schule“ einige Links zu Schulbuchverlagen. Schaut man sich bei Youtube um, so finden sich dort Tausende sinnvoller und im Unterricht einsetzbarer Videos. Das prominenteste Beispiel ist vielleicht „Lehrerschmidt“, der zurzeit 877.000 Abonnenten hat und den Schulstoff der Mathematik, beginnend bei den Grundrechenarten, auf sympathische Weise erklärt. Hier versagt die Redaktion der ARD-Mediathek offenbar ihren Nutzern die Erfüllung des staatsvertraglichen Auftrags, der besagt, dass die Anstalten ihre Inhalte nicht nur untereinander vernetzen sollen. Im Medienstaatsvertrag steht: „Sie sollen auch auf Inhalte verlinken, die Einrichtungen der Wissenschaft und Kultur anbieten und die aus journalistisch-redaktionellen Gründen für die Telemedienangebote geeignet sind.“ Was wäre denn wohl geeigneter als die von Eltern und Schülern so dringend gesuchte Unterstützung von Online-Unterricht durch hervorragendes Material, das schon im Netz vorhanden ist?

Es wäre an der Zeit, die Praxis von Google und Youtube umzukehren und die besten Anteile des Youtube-Angebots über die Mediathek zugänglich zu machen – selbstverständlich in redaktioneller Begleitung und auch in Form neuer Kooperationen mit Autoren und Produzenten.

### Gesprächsbereitschaft zeigen

Das *Look and Feel* der ARD-Mediathek entspricht weitgehend den Angeboten der globalen Streaming-Konzerne Netflix, Amazon Prime, Disneyplus oder Apple TV. Allerdings sind die Funktionen dieser Plattformen weitaus ausgefeilter, sowohl hinsichtlich der Personalisierung als auch hinsichtlich der bequemen Nutzung. Man findet also bei Eingabe von „Tschack“ bei Prime Video sofort die Verfilmung von „Tschick“.

Auftrag der gemeinschaftsfinanzierten deutschen Medien ist nicht primär, auf dem Unterhaltungssektor Quote zu machen. So allerdings wirkt das Angebot der ARD-Mediathek. Laut Auftrag geht es vielmehr darum, die informativen und kulturellen Bedürfnisse der Bevölkerung auf eine medien- und nutzergerechte Weise zu erfüllen. Dazu gehört nicht nur ein vielfältiges, verständ-

liches und zugängliches Angebot, sondern auch die Öffnung zum Dialog. Von einem öffentlich-rechtlichen Profil lässt sich in interaktiven Umgebungen auch die Gesprächsbereitschaft und das Umschwenken vom Verkünden zum Antworten erwarten. Das öffentlich-rechtliche System kann und muss sein Vertrauenskapital in allen Nutzerschichten durch umfassende Dialog-Angebote vergrößern.

Die ARD-Mediathek sollte interaktiv werden, und das nicht durch Angebote von Mitmach-Fernsehen, sondern dadurch, dass Unternehmensleitungen, Redaktionen und Gremien sich dem Dialog mit Beitragszahlern und Nutzern öffnen und diesen auch den Nutzern untereinander ermöglichen. Die ARD-Mediathek entzieht sich bislang dieser Aufgabe und lässt gesellschaftliche Debatten an anderen Orten stattfinden. Produktionen wie das bekannte Rezo-Video müssten redaktionell eingebunden und verlinkt werden, um auch die Nutzer öffentlich-rechtlicher Medien in die Diskussion über vielleicht für sie ungewohnte Perspektiven, die gleichwohl in unserer Gesellschaft vorhanden sind, einzubeziehen.

Gestalt und Funktionen kommerzieller Video-Plattformen unterscheiden sich stark: Die auf Content Ownership basierenden Angebote von Netflix, Amazon und anderen sind geschlossene Räume, in denen die Kommunikation mit den Abonnenten auf algorithmisch verwaltete Signale und Symbole reduziert ist. Das auf dem Vermakeln von Inhalten und Werbung basierende Youtube-Modell hingegen bietet zusätzlich zu den unsichtbaren und sichtbaren algorithmischen Elementen ein hohes Maß an Interaktivität. Durch Kommentare und Uploads eigener Videos von Nutzern entsteht eine hierarchiefreie Atmosphäre, die mit den technischen Möglichkeiten und den Erwartungen des Publikums übereinstimmt.

### Rechtliche Grauzone

Ein Medienangebot, das demokratischen Idealen verpflichtet ist und nach dem Willen von Verfassungsrichtern alle in der Gesellschaft vorhandenen Perspektiven sichtbar machen soll, täte gut daran, sich am Modell Youtube und nicht am Modell Netflix zu orientieren. Das ist leider bei der ARD-Mediathek nicht der Fall.

Die ARD-Audiothek befindet sich in einer anderen Situation als die Mediathek. Der Betrieb der Video-Mediathek kann sich auf die staatsvertragliche Beauftragung des Ersten und anderer Gemeinschaftsprogramme der Landesrundfunkanstalten stützen. Sofern Telemedienangebote einen Annex zu linearen Hörfunksendungen der jeweiligen Landesrundfunkanstalten darstellen, sind sie ebenfalls völlig unproblematisch. Die anstaltsübergreifende Audiothek bewegt sich jedoch in einer rechtlichen

Grauzone. Für kooperativ betriebene nationale Hörfunkwellen, außer denen des Deutschlandradios, fehlt eine rechtliche Grundlage. Der geltende Medienstaatsvertrag stellt für die ARD fest: „Bundesweit ausgerichtete Hörfunkprogramme finden nicht statt.“ Die Bündelung aller Abrufangebote der Hörfunk-Redaktionen benötigt daher dringend eine Stützung durch eine entsprechende Klausel im Medienstaatsvertrag.

Die Vielzahl, Vielfalt und Qualität der Inhalte in der Audiothek ist erfreulich. Neben dem Fehlen und dem Verschwinden von Inhalten, für die keine Rechteabgeltung zugunsten eines langfristigen Angebots in der Audiothek stattgefunden hat, ist die Sortierung, um es ironisch zuzuspitzen, nach dem Prinzip der Nutzungsverhinderung angelegt. Es gibt beispielsweise eine große Zahl von Hörspielen in der Audiothek, aber der Zugriff kann nur über eine schier endlose unsortierte Liste oder über sage und schreibe 65 als „Sendungen“ bezeichnete Rubriken erfolgen. Diese sind entweder Hörspiel-Angebote einer Radiowelle oder Serien innerhalb eines Hörspiel-Angebots oder beliebige Auswahllisten einzelner Redaktionen oder irgendetwas anderes, jedenfalls keine Sendungen nach gewöhnlichem Wortgebrauch.

#### Passiver Verwalter

Hinzu kommt wie bei der Mediathek, dass die Suche keine Fehlertoleranz bei der Eingabe des Suchbegriffs aufweist. Übrigens findet man an manchen Tagen den zweiten Teil eines Zweiteilers, aber nicht Teil eins. Dass entsprechende Hinweise an die Redaktion nicht beantwortet werden, mag Zufall sein, allerdings gibt es ein System dahinter: Die Redaktion beziehungsweise das „Management“ der Audiothek ist in vieler Hinsicht ein nur passiver Verwalter des Angebots, das von den Landesrundfunkanstalten zur Verfügung gestellt wird.

Bemühungen um die Vereinheitlichung von Zuordnungen, Bezeichnungen und Metadaten gibt es sicher, aber einige offenkundige Probleme sind seit der letzten hier erschienenen ausführlichen Besichtigung (epd 6/18) nicht gelöst worden. Eine Audiothek, in der das Stöbern Spaß macht, in der auch kommuniziert wird und die auch redaktionell begutachtete und eingebundene Uploads von Nutzern zulässt – nach dem Muster von Soundcloud –, wäre der wünschenswerte nächste Entwicklungsschritt. Der Machbarkeit steht ein wenig die

erwähnte rechtliche Lage entgegen, vor allem aber der offenkundig nicht vorhandene Gestaltungs- und Finanzierungswille der beteiligten neun (mit Deutschlandradio zehn) Träger-Einrichtungen.

In der Audiothek fehlen Online-only-Angebote außer einigen von Funk. Zu den Nutzergruppen der Audiothek gehören auch Menschen, die lineares Radio nicht nutzen, sie bekommen dennoch ausschließlich Radioinhalte vorgesetzt. Es scheint immer noch die Idee in den Hörfunkdirektionen herumzugeistern, dass Podcast-Hörern das lineare Programm nahegebracht werden müsse. Darum geht es jedoch nicht. Die Audiothek muss sich den Nutzern zuwenden und ihre Veranstalter dürfen nicht erwarten, dass diese einem Hörspiel entgegenfiefern, dessen vierter Teil am Samstag um 21.05 Uhr gesendet wird.

#### Den Auftrag präzisieren

Es fehlen in der Audiothek etliche Bequemlichkeiten, mit denen Nutzer erfreut werden könnten. Zum Beispiel könnten Hörspiele mit vielen Episoden (manche haben mehr als 20) auf lange Stücke zusammengezogen und die zu Beginn der Folgen immer wiederkehrenden Intros und Zusammenfassungen herausgelöscht werden. Podcast-Hörer haben einen längeren Atem als es die an den Programm-Slots des Radios orientierte Zerstückelung zulässt. Kostenpflichtige Hörbücher oder rechtlich dubiose Youtube-Fassungen führen vor, wie eigentlich mit den von den Rundfunkgebühren finanzierten Produktionen umgegangen werden sollte.

Mediathek und Audiothek kranken sichtbar an der geringfügigen Ausstattung mit Personal und Sachmitteln. Ihnen fehlt ein expliziter gesetzlicher und durch die Rundfunkgremien präzisierter Auftrag. Sie verfehlen legitime Nutzererwartungen und hinken funktional weit hinter vergleichbaren kommerziellen Medienangeboten zurück, obwohl sie über große inhaltliche Ressourcen verfügen. Wenn die Zukunft des Rundfunks durch Mediatheken verkörpert wird, muss baldmöglichst eine Neuaufstellung erfolgen. Erst in den Köpfen, dann in der Mittelverteilung, dann in der Organisation der Anstalten insgesamt. Sonst bleibt die vom ARD-Vorsitzenden angesprochene „Transformation des Rundfunks“ eine leere Beschwörungsformel. ■