

# Stellungnahme der Agora Digitale Transformation zum Entwurf eines Reformstaatsvertrags

Berlin, 09. Oktober 2024

## Vorbemerkung

Agora Digitale Transformation bedankt sich für die Möglichkeit zur Stellungnahme zum Staatsvertrag zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (Reformstaatsvertrag). Wir begrüßen das Ziel des Entwurfs, die öffentlich-rechtlichen Medien (ÖRM) auf eine zeitgemäße rechtliche Grundlage zu stellen und ihnen den Weg in die digitale Medienwelt zu ermöglichen. Aufgrund unserer Expertise ist diese Stellungnahme **auf die digitalen Aspekte des Reformentwurfs beschränkt**.

Der Entwurf macht viele jener nötigen Veränderungen explizit, die die digitale Transformation seit längerem implizit von ÖRM erfordert – von der Innovationsverpflichtung (§ 26a Abs. 1) über Plattformstrategie (§ 30 Abs. 1) und Dialogformate (§ 26 Abs. 3) bis zu Kennzahlen zur vergleichbaren Leistungsanalyse (§ 26a Abs. 4). Das begrüßen wir ausdrücklich.

Aus unserer Sicht vollzieht der Reformtext jedoch vor allem jene Entwicklungen nach, die die Anstalten bereits auf eigene Initiative vorantreiben. Eine grundsätzliche Reform sollte allerdings auch ambitionierte Zielvorgaben machen, die die Entwicklung der ÖRM für die Zukunft leiten und zu weiterer Entwicklung anspornen, wenn nicht gar verpflichten. Vor diesem Hintergrund lässt der aktuelle Entwurf aus unserer Sicht vor allem in vier Bereichen Potenzial ungenutzt, die wir im Folgenden ausführen möchten:

1. die sich verändernde Rolle der ÖRM zu Plattformen und Kuratoren;
2. die Verantwortung für den digitalen Dialog der Nutzer:innen untereinander;
3. die nötigen Budgetverschiebungen zur digitalen Transformation; sowie
4. das überholte Konzept der Presseähnlichkeit.

## 1 Plattformstrategie & Kuration

Es ist zu begrüßen, dass die in § 30 erwähnte „Plattformstrategie“ nun das Ziel eines gemeinwohlorientierten öffentlichen Raums erhält. Um das Potenzial eines solchen digitalen Public Open Spaces zu heben, sollte die damit einhergehende **neue publizistische Rolle der ÖRM jedoch im Auftrag deutlicher gemacht** werden, um echte Reformen anzustoßen. Der aktuelle Entwurf vollzieht lediglich bereits existierende Initiativen der Sender nach, anstatt neue anzuregen. Hier fehlt Verbindlichkeit im Entwurf, die die Sender zu einem echten Aufbruch in die digitale Medienwelt zwingen würde.

Der Entwurf sollte eine **künftige Rolle der ÖRM als Kurator gemeinwohlorientierter Inhalte** herausstellen. Eine „Strategie zur Vernetzung mit den Angeboten externer Partner“, wie sie § 30 Abs. 1 S. 2 erwähnt, genügt hierzu nicht – hierunter fiele schon eine Mediathek mit Out-Links. Auch geht es nicht darum, ein digitales „ÖRM-Silo“ mit Inhalten Dritter zu füllen, sondern die **ö-r Grundlage für ein dezentrales Netzwerk digitaler Qualitätsinhalte** zu schaffen.

In diesem Zeichen sollte auch die Entwicklung des gemeinsamen technischen Plattformsystems (§ 30f) stehen. Die Entwicklung der ö-r Plattform muss bereits heute die Kooperation mit externen Partnern, die Bedeutung nutzergenerierter Inhalte und die kuratierende Rolle der ÖRM berücksichtigen. **Formulierungsvorschlag für § 30 Abs. 1 S. 2 und 3:**

*„Die gemeinsame Plattformstrategie hat das Ziel, einen gemeinwohlorientierten öffentlichen Raum zu schaffen, der neben den Angeboten der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios auch Angebote*

*externer Partner und nutzergenerierte Inhalte enthält. Sie umfasst auch eine Strategie zur Nutzung von Drittplattformen.“*

## 2 Dialogfunktion

Es ist ein wichtiger Schritt, „zielgruppengerechte interaktive Kommunikation mit den Nutzern [...] sowie verstetigte Möglichkeiten der Partizipation“ (§ 26 Abs. 3) in den ö-r Auftrag aufzunehmen. Auch der Austausch zwischen Anstalten und Publikum über „Qualität, Leistung und Fortentwicklung des Angebots“ (§ 26a Abs. 2 S. 1) ist für die digitale Zukunft der ÖRM zentral.

An zwei Stellen reicht der Dialogauftrag im Entwurf jedoch nicht aus und sollte geschärft werden:

1. Gesellschaftliche Meinungsbildung und Austausch finden nicht nur zwischen ÖRM und Publikum statt. Viel zentraler ist in einer digitalen Medienwelt der **Dialog zwischen den Nutzer:innen**. Auch hierfür tragen ÖRM als „Medium und Faktor“ der Meinungsbildung Verantwortung. **ÖRM sollten mit ihren Inhalten und ihren Portalen ein Dialogforum bieten und eine moderierende Rolle einnehmen**. Diese Dialogfunktion geht über interaktive Formate und den „Gesellschaftsdialog“ hinaus und sollte Teil des Entwurfs sein. § 26 Abs. 3 des Entwurfs sollte daher um den unterstrichenen Passus ergänzt werden:

*„Zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Zielgruppen bieten die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio in ihren Angeboten zielgruppengerechte interaktive Kommunikation mit den Nutzern an sowie verstetigte Möglichkeiten der Partizipation und zum Austausch der Nutzer untereinander.“*

Auch sollte die dialogfördernde Funktion im Katalog der Leistungsanalysekriterien (§ 26a Abs. 4 S. 2 Nr. 3) hinzugefügt werden.

2. Die Dialogformate zu einzelnen Inhalten/Angeboten (§ 26 Abs. 3) und zur Rolle der ÖRM insgesamt („Gesellschaftsdialog“, § 26a Abs. 2) dürfen nicht getrennt voneinander betrachtet werden. Gerade wenn es um die Fortentwicklung des Angebots geht, gilt es, Erkenntnisse aus inhaltlichen Partizipations- und Dialogformaten auch in den Gesellschaftsdialog einzubeziehen. Der Dialog zwischen Sender und Publikum muss als Ganzes gedacht und nicht in Silos eingerichtet werden.

## 3 Beitragsverwendung fürs Digitale

Die digitale Transformation der ÖRM wird nur gelingen, wenn die nötigen Mittel zu Verfügung stehen. Soll der Rundfunkbeitrag stabil bleiben, erfordert das entsprechende Umschichtungen bestehender Budgets. Diese Budgetverschiebungen sind so umfangreich, dass eine klare Zielvorgabe der Politik notwendig ist. Ein bloßes *Ermöglichen* neuer Schwerpunktsetzungen hat in der Vergangenheit nicht zur gewünschten Bewegung geführt. Die Sender müssen jedoch dort wirken, wo die Menschen Medien konsumieren. Der Gesetzgeber sollte die Sender daher dazu verpflichten, **die Beitragsverwendung an der Mediennutzungsrealität zu orientieren**. Laut aktueller ARD/ZDF-Medienstudie 2024 entfallen 60 % der Bewegtbildnutzung auf das laufende Fernsehprogramm, 39 % werden im Netz konsumiert.<sup>1</sup> Diese Realität muss sich in den Investitionen in Formate, Technik und Personal widerspiegeln. Eine solche Verpflichtung lässt die Programmautonomie der Sender unberührt, erfordert aber zugleich eine finanzielle Schwerpunktsetzung, die der aktuellen Mediennutzung des Publikums gerecht wird.

<sup>1</sup> ARD/ZDF-Forschungskommission, Hrsg., „ARD/ZDF-Medienstudie 2024. Ergebnispräsentation“, 2024, 18, [https://www.ard-zdf-medienstudie.de/files/Download-Archiv/Medienstudie\\_2024/Basispraesentation\\_ARD-ZDF-Medienstudie\\_2024.pdf](https://www.ard-zdf-medienstudie.de/files/Download-Archiv/Medienstudie_2024/Basispraesentation_ARD-ZDF-Medienstudie_2024.pdf).

## 4 Presseähnlichkeit

Das Verbot der Presseähnlichkeit simuliert Unterschiede zwischen Mediengattungen, die in der digitalen Medienwelt nicht mehr bestehen. Das **Verbot der Presseähnlichkeit sollte abgeschafft, nicht verschärft werden**. Es fördert weder bei ÖRM noch bei den Verlagen Innovationen, sondern gefährdet eine zeitgemäße Wahrnehmung des ÖRM-Auftrags im Digitalen. Statt die künstliche Trennung zwischen verschiedenen Mediengattungen zu zementieren, sollte der Gesetzgeber Chancen für Kooperationen demokratischer Medien schaffen. Die Weiterentwicklung der ÖRM zu einer auch medialen Plattform stellt eine Grundlage dafür dar, dort auch Inhalte privater Medien zu präsentieren und perspektivisch sogar zu vergüten.

## Über die Agora Digitale Transformation // Kontakt

Agora Digitale Transformation ist der Thinktank für Updates unserer Demokratie. Ziel ist es, die Chancen der Digitalen Transformation zu nutzen, um die Demokratie in Deutschland zu stärken. Als gemeinnützige Organisation arbeitet der Thinktank überparteilich, kollaborativ und evidenzbasiert mit dem Schwerpunkt auf umsetzbare und wirksame Lösungen für die Politik. Die Agora Digitale Transformation sucht dafür gezielt den Austausch und die Zusammenarbeit mit Innovator:innen aus Gesellschaft, Verwaltung, Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.

Ansprechpartner für Rückfragen und Anmerkungen zu dieser Stellungnahme:

**Torben Klaus**

Innovation Lead – Digitale Öffentlichkeit  
torben.klaus@agoradigital.de

**Agora Digitale Transformation gGmbH**

Krausenstraße 8, 10117 Berlin  
agoradigital.de