

STUDIE



DER AUFTRAG: DEMOKRATIE

ZUSAMMENFASSUNG



DIE 5 QUALITÄTSDIMENSIONEN

INDIVIDUELLER WERT

VERTRAUEN
SERVICE
UNTERHALTUNG
WISSEN
VERANTWORTUNG

GESELLSCHAFTSWERT

VIELFALT
ORIENTIERUNG
INTEGRATION
BÜRGERNÄHE
KULTUR

ÖSTERREICHSWERT

IDENTITÄT
WERTSCHÖPFUNG
FÖDERALISMUS

INTERNATIONALER WERT

EUROPA-INTEGRATION
GLOBALE PERSPEKTIVE

UNTERNEHMENSWERT

INNOVATION
TRANSPARENZ
KOMPETENZ

Public Value, die gemeinwohlorientierte Qualität der öffentlich-rechtlichen Medienleistung des ORF, wird in insgesamt 18 Kategorien beschrieben, die zu fünf Qualitätsdimensionen zusammengefasst sind. Die vorliegende Public Value Studie ist Teil der ORF-Qualitätssicherung, die außerdem aus den Qualitätsprofilen, der Programmstrukturanalyse, einer Repräsentativbefragung, den Publikums- und Expert/innengesprächen, den Studien und dem Public Value Bericht besteht. Diese Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Rundfunk (BR) und der European Broadcasting Union (EBU) durchgeführt.

Mehr Informationen unter zukunft.ORF.at



HERAUSGEBER UND HERSTELLER:
Österreichischer Rundfunk, ORF
Würzburggasse 30, 1136 Wien

DESIGN-KONZEPT:
Rosebud, Inc. / www.rosebud-inc.com

DESIGN:
ORF Marketing & Creation GmbH & Co KG

FÜR DEN INHALT VERANTWORTLICH:
ORF-Generaldirektion Public Value, BR



– gedruckt nach der
Richtlinie „Druckerzeugnisse“
des Österreichischen
Umweltzeichens,
ORF Druckerei, UW 1237

1. Auflage, © ORF 2018
Reaktionen, Hinweise
und Kritik bitte an:
zukunft@ORF.at

DEMOKRATIE IST KEINE SELBSTVERSTÄNDLICHKEIT

Die Frage, wie Medien damit umgehen und welchen Beitrag sie zum Gelingen einer funktionierenden demokratischen Öffentlichkeit leisten, ist dabei von zentraler Bedeutung. Das gilt vor allem für öffentlich-rechtliche Medien, die mit ihren Funktionsaufträgen einen „Vertrag mit der Gesellschaft“ eingehen, der nicht einem kommerziellen Geschäftsmodell, sondern einem „Public Service“ entspricht. Dabei steht – auch im digitalen Zeitalter – nicht das Ziel im Vordergrund, Rendite für Shareholder, sondern Public Value für Bürger/innen zu schaffen. Dieser unterscheidbare Sinn und Zweck öffentlich-rechtlicher Medien wird durch die Entwicklungsdynamik der digitalen Kommunikationstechnologien radikal herausgefordert: Worin besteht „digitaler Mehrwert“, der nicht nur die Aktien in die Höhe treibt, sondern auch den Nutzen für die Gesellschaft? Wie können sich (öffentlich-rechtliche) Medien den Rahmenbedingungen der digitalen Welt anpassen? Müssen sie standhalten oder dagegegnhalten? Und nicht zuletzt: Was bedeutet „digitale Demokratie“? Diese Fragen wurden in der Public-Value-Studie des ORF „Der Auftrag: Demokratie“ von folgenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftern behandelt:

- **Bernd Holznagel** (Universität Münster) behandelt den Demokratieauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor dem Hintergrund der Herausforderungen durch die Internetkommunikation.
- **Claudia Ritzi** (Universität Trier) analysiert die Wirkung, aber auch die Chancen für öffentlich-rechtliche Medien im Zeitalter der Postdemokratie.
- **Stephen Cushion** (Cardiff University) befasst sich mit dem demokratischen Wert von Information und Nachrichten.
- **Günther Ogris, Florian Oberhuber, Martina Zandonella** (SORA) stellen ein neues sozialwissenschaftliches Modell, den „Demokratiemonitor“, vor und erörtern seine Optionen für den ORF.
- **Stefan Rappenglück** (Hochschule München) thematisiert die Frage der politischen Bildung im digitalen Zeitalter.
- **Christian Fuchs** (University of Westminster) entwickelt Grundlagen für eine digitale Demokratie und entwickelt konkrete Vorschläge, wie sie in den Programmen öffentlich-rechtlicher Medien umgesetzt werden könnten.

KONRAD MITSCHKA KLAUS UNTERBERGER
ORF GENERALDIREKTION PUBLIC VALUE

DEMOKRATIEAUFTRAG DES ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN RUNDFUNKS

UNIV.-PROF. DR. BERND HOLZNAGEL, UNIVERSITÄT MÜNSTER

Wie sieht der Demokratieauftrag im des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter aus? Diese Frage behandelt Bernd Holznagel in seinem Beitrag der Studie. Er sieht den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als „mediale Infrastruktur für die Demokratie“ und weist auf das Urteil des deutschen Bundesverfassungsgerichts hin, das die öffentlich-rechtlichen Medien als „schlichtweg konstituierend“ für die Demokratie bezeichnet. Sie haben die Verpflichtung, die „Gesamtheit der Bevölkerung“ mit Programm zu versorgen, eine Verpflichtung, die den „gewinnorientierten Rundfunk überfordern“ würde.

„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist als mediale Infrastruktur konzipiert, die für alle Bürgerinnen und Bürger einen kommunikativen Versorgungsauftrag wahrnimmt. Ähnlich wie die Wasserversorgung der Kommunen für sauberes und gesundes Trinkwasser sorgt, kommt ihm die Aufgabe zu, die Bevölkerung mit den Informationen zu versorgen, die diese brauchen, um ihren staatsbürgerlichen Rechten und Pflichten in der Demokratie nachzukommen.“

Holznagel thematisiert neue Herausforderungen durch die Internetkommunikation, die den demokratischen Diskurs beeinflussen: Einerseits würde eine „Vielfaltsverengung durch Entbündelung und Filterblasen“ entstehen und Nutzer/innen in sozialen Medien würden kaum noch mit Inhalten konfrontiert, die für sie unerwartet und außerhalb ihres „Informationsuniversums“ liegen. Gleichzeitig würden die Algorithmen in sozialen Netzwerken vor allem für Themen optimiert sein, die möglichst hohe und schnelle Aufmerksamkeit bei der Nutzerschaft erlangen.

Hier sieht Holznagel vor allem Handlungsbedarf für den Gesetzgeber. Jedoch: *„Die Medien könnten sich aber darum bemühen, ein umfassendes und vielfältiges lineares und nicht lineares Angebot zu verbreiten, das den Nutzerinnen und Nutzern als Auswahloption bereitsteht. In seinen Bildungssendungen sollte er [der öffentlich-rechtliche Rundfunk]... zudem über die Wirkungsweisen algorithmensbasierter Kommunikation aufklären.“*

Eine weitere Herausforderung für die Demokratie stellt, so Holznagel, die Fragmentierung und Polarisierung der Öffentlichkeit dar. Die Tendenz zur Fragmentierung, bei der bestimmte gesellschaftliche Werte kaum noch in Gemeinschaft erlebt bzw. von allen geteilt würden, werden durch die internetbasierte Kommunikation und durch die Entstehung von Echokammern verstärkt. Dies kann schließlich zur Polarisierung bis hin zur Radikalisierung verschiedener Gruppen in der Gesellschaft führen. Holznagel verweist hier auf Untersuchungsergebnisse bei Wahlen in den USA und auch Deutschland.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk müsse sich daher bemühen, „den Kommunikationsraum in der gesellschaftlichen Mitte zu erhalten und dem Entstehen abgekapselter Mediennetzwerke entgegenzuwirken.“ Die Moderation des Diskurses im Netz durch öffentlich-rechtliche Medien würde aber eine Anpassung bzw. Ausweitung des Online-Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks notwendig machen.

Eine Ausweitung der Gestaltungsmöglichkeiten im Netz sei vor allem notwendig, um die Jugend mit öffentlich-rechtlichen Inhalten zu erreichen. *„Jüngere Altersklassen müssen dort abgeholt werden, wo sie ihre Medieninhalte beziehen – und dies ist nun einmal im Netz.“* Weiters warnt er: *„Wenn die Jugend als Medienkonsument verloren geht, kann nicht mehr damit gerechnet werden, dass der gemeinsame und freie Rundfunk noch seinen besonderen Funktionsauftrag erfüllen kann.“* [...] *„Daher sollten zukünftige Online-Aktivitäten zu einem eigenständigen, vom linearen Programm unabhängigen Angebot ausgebaut werden.“*

Sein Fazit betrifft die Adaptions- und Transformationsfähigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien hinsichtlich seiner demokratiepolitischen Funktion.

„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sollte sich heute um eine Aktualisierung seines Integrationsauftrags bemühen. Sein Ziel muss es sein, einen Kommunikationsraum in der gesellschaftlichen Mitte zu erhalten und dem Entstehen abgekapselter Mediennetzwerke entgegenzuwirken. Hierzu würde es gehören, einen Diskurs zwischen verschiedenen Gruppen auch im Netz zu moderieren. Auch muss er mehr und mehr in das direkte Gespräch mit der Nutzerschaft kommen. Diese Forumsfunktion bekommt mehr Gewicht, wenn hier mit anderen Kultur- und Wissenschaftsträgern, aber auch mit Gruppen der Zivilgesellschaft zusammengearbeitet wird. Dementsprechend müsste der Online-Auftrag des gemeinsamen und freien Rundfunks erweitert werden. Ihn auf eine sendebegleitende Tätigkeit im Internet zu beschränken, ist heute nicht mehr zeitgemäß.“

GEGEN DIE POST-DEMOKRATIE: DIE ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN MEDI- EN IM DIGITALEN ZEITALTER

PROF.^{IN} DR.^{IN} CLAUDIA RITZI, UNIVERSITÄT TRIER

Claudia Ritzi bezieht sich in ihrer Arbeit auf die Folgewirkungen der Postdemokratie und der Digitalisierung und die Frage, wie öffentlich-rechtliche Medien darauf reagieren können.

„Öffentlich-rechtliche Sender [werden] unter den Bedingungen drohender Postdemokratisierung und Digitalisierung an Bedeutung gewinnen. Die wachsende Vielfalt von Informationsangeboten im Internet führt nicht dazu, dass gebührenfinanzierte journalistische Angebote obsolet werden. Im Gegenteil: Sie leisten einen zunehmend wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration, sichern die Qualität und Quantität politischer Diskurse und geben den Rezipientinnen und Rezipienten eine verlässliche Orientierung über politische Zusammenhänge.“

Dabei sieht Ritzi eine Notwendigkeit, dass sich öffentlich-rechtliche Medien wandeln müssen:

„Öffentlich-rechtlicher Rundfunk muss stärker als dies aktuell der Fall ist die Nähe zu den Bürgerinnen und Bürgern suchen [...] schließlich bedarf es mehr Innovation aufseiten der öffentlich-rechtlichen Sender, damit sie sich umfangreich und sachangemessen als bedeutungsvolle Akteure in der digitalisierten Medienwelt etablieren können.“

Denn, so Ritzi, *„gleichzeitig tragen öffentlich-rechtliche Medien eine besondere Verantwortung für die Abwehr von Postdemokratisierungsprozessen“.*

Sie warnt davor, dass die „Grundversorgung und die hohe Qualität der politischen Berichterstattung“ ohne öffentlich-rechtliche Medien nicht „in vergleichbarem Maße“ gegeben wäre.

„Die Integration der Gesellschaft, die sich immer häufiger in digitalen ‚echo chambers‘ zu verlieren droht, wird zudem ein immer stärkeres Argument für die Öffentlich-Rechtlichen. Ein von allen empfangbares Angebot an zuverlässigen und hochqualitativen politischen Informationen wird in der digitalen Gesellschaft ein zunehmend wichtiges Mittel der gesellschaftlichen Integration.“

Ritzi identifiziert fünf Aspekte, die für öffentlich-rechtliche Medien zentral sind, um der Postdemokratisierung der politischen Öffentlichkeit entgegenzuwirken:

1. „Guter Journalismus wird durch gute Journalistinnen und Journalisten gemacht.“ Die Kompetenz der Journalistinnen und Journalisten ist hier also ein zentraler Faktor. Öffentlich-rechtliche Medien würden durch ihre vergleichsweise guten Arbeitsbedingungen auch gute Chancen haben, hochqualifizierte Mitarbeiter/innen zu gewinnen.
2. „Gute Journalistinnen und Journalisten haben eine gute Ausbildung.“ Öffentlich-rechtliche Medien sollen auch in Zukunft in die Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten investieren (z. B. durch Volontariate).
3. „Gute Journalistinnen und Journalisten haben einen freien Geist – und eine feste Anstellung.“ Damit Journalistinnen und Journalisten bei ihrer Arbeit gegen den Strom schwimmen können, brauchen sie einen Rückhalt durch beispielsweise eine Festanstellung.
4. „Gute Journalistinnen und Journalisten haben Zeit.“ Journalistinnen und Journalisten müssen die Möglichkeit haben, bei der Recherche „viel Zeit an der Basis“ zu verbringen, um sich unabhängig von „professionellen und ökonomisch starken Lobbys und Pressestellen“ zu machen, die im postdemokratischen Zeitalter an Einfluss gewinnen.
5. „Bürger in die Gremien! Um dem Eindruck entgegenzuwirken, dass es – trotz der staatsfernen Institutionalisierungsform – Klüngeleien zwischen öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten und Politikern gibt, sollten die Bürgerinnen und Bürger einen besseren Einblick und Mitspracherecht in möglichst alle relevanten Gremien bekommen [...]“

PSM CONTRIBUTION TO DEMOCRACY: NEWS, EDITORIAL STANDARDS AND INFORMED CITIZENSHIP

DR. STEPHEN CUSHION, CARDIFF UNIVERSITY

Stephen Cushion beschäftigt sich in seiner Arbeit mit der Nachrichtenproduktion öffentlich-rechtlicher Medien, ihrer Qualität im Vergleich mit kommerziellen Medien und ihrer Rolle für die Demokratie. Dabei nimmt er Bezug auf aktuelle Herausforderungen:

“As the commercial media landscape expands in many countries, the temptation for already cash-strapped governments could be to cut funding for PSM and let the market grow stronger. However, the overwhelming evidence shows that PSM not only produce distinctive news with high editorial values, they are the best equipped media system to inform people about the world. In other words, public policy making about media systems has profound effects for the health of any democracy.”

Für Cushion ist dabei die Frage der unterscheidbaren Medienqualität gerade hinsichtlich der Entwicklung der digitalen Medien zentral:

“Public service media that have invested in online news has demonstrated its democratic value by producing news that serves citizens with high quality journalism. While there is fierce competition between PMS and commercial broadcasters in online news and new interactive technologies, studies examining content shows the former is producing distinctive news from the market.”

“Overall, the evidence presented in this report so far shows public service media tend to supply more serious and balanced coverage of politics and public affairs than market-driven media systems. In countries with a hybrid media system, where public-private obligations overlap, the very presence of public service obligations can help raise the editorial standards of journalism. Or, to put it another way, PSM help mitigate the costs of free market failure.”

Cushion untersucht aber nicht nur die originäre Qualität der Nachrichtenproduktion, sondern auch seine Wirkung auf einzelne Mediennutzer/innen und die Gesellschaft:

“However, after taking into account many external factors that make and shape people’s knowledge and understanding of issues, a growing body of research has identified PSM helps create more informed citizens than market-driven media.”

Nachrichten und aktueller Berichterstattung kommt gerade angesichts der Flut an Information unzähliger Informationsquellen eine besondere Bedeutung zu. Das betrifft vor allem den Bildungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Medien:

“In a media environment with increasingly more choice of news sources, public service media play a critical role in what is known as incidental learning. Simply put, this means people learning from the news almost by accident because they are more likely to encounter information in a PSM system, giving them opportunities to acquire knowledge they may not have been exposed to in a heavily market-driven systems. In the US, for example, there is plenty of news available but it is often ghettoised or politicised. In many countries with well-resourced PSM, by contrast, people are more likely to be exposed to news with high editorial standards on broadcast, online or social media platforms.”

“Indeed, even the very presence of a well-resourced public service media within a country can impact on the wider editorial standards of journalism. In exploring the relationship between media systems and public knowledge, surveys have consistently shown that PSM, above all, most effectively raise people’s knowledge and understanding of politics and public affairs. This was most apparent among widely consumed and well-funded public service media, which had the most freedom to operate independently without editorial interference.”

Nicht zuletzt weist Cushion in seiner Arbeit darauf hin, dass öffentlich-rechtliche Medien auch gefordert sind, die Wirkung und Bedeutung von Qualitätsmedienproduktion gegenüber Öffentlichkeit und Politik zu thematisieren:

“The evidence amassed throughout this report points to some clear conclusions about the role of PSM. Above all, they make a profound contribution to many democracies by raising editorial standards and citizen’s knowledge about what is happening in the world. This body of research needs to be more effectively communicated to relevant stakeholders to persuade legislators of the continued value of funding and safeguarding PSM. In an era of media abundance, the evidence not only shows PSM produce distinctive news from market-driven competitors, but news of higher democratic value.”

JUNGE MENSCHEN UND POLITISCHE BILDUNG: CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR ÖFFENTLICH-RECHTLICHE MEDIEN

STEFAN RAPPENGLÜCK, HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN MÜNCHEN

Rappenglück bezieht sich in seiner Studie auf das junge Publikum. Dabei ortet er angesichts von Populismus, Demokratie- und EU-Skepsis, des demographischen Wandels und Fragen der Generationengerechtigkeit etc. „einen wachsenden Bedarf an politischer Bildung im Jugend- und jungen Erwachsenenalter“.

„Vordringliche Aufgabe politischer Bildung für junge Menschen ist es daher, sich mit diesen Fragen zu beschäftigen, Orientierung zu ermöglichen, Prozesse transparent zu machen, eigene Positionen zu entwickeln, gemeinsame Anliegen zu reflektieren und Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln.“

Die Medien haben in einer Demokratie und im Kontext politischer Bildung eine Doppelrolle:

„Moderne Demokratien sind ohne eine durch Massenmedien erzeugte Öffentlichkeit nicht mehr denkbar. Die Mediengesellschaft hat nicht nur die Gewohnheiten und Interessen der Bürger, sondern auch die der Politik verändert. Dabei sind Medien nicht nur zum zentralen Ort der Politikvermittlung, sondern selbst Bestandteil des politischen Prozesses geworden.“

Die Konsequenz aus dieser Entwicklung ist, dass das Politik-Bild junger Menschen *„viel eher ein Resultat massenmedial inszenierter Politikvermittlung als ein Ergebnis rationaler politischer Bildung und differenzierter Analyse [ist]“*.

Insbesondere öffentlich-rechtliche Medien haben in der Mediengesellschaft deshalb im Rahmen ihres Bildungsauftrags auch die Aufgabe, für politische Bildung zu sorgen.

Rappenglück gibt dabei Handlungsempfehlungen, wie öffentlich-rechtliche Medien im Kontext ihrer Bildungsarbeit politische Bildung an junge Menschen vermitteln könnten.

Öffentlich-Rechtliche sollen:

- Politiksimulationen durchführen oder solche medial begleiten. Als Beispiele für Politiksimulationen werden „Jugend und Politik“ des deutschen Bundestages und „Der Landtag sind wir“ des Bayerischen Landtags genannt. *„In beiden Politiksimulationen entscheiden junge Menschen über fiktive Gesetzesvorlagen auf der Grundlage von übernommenen Rollenprofilen (fiktiver) Abgeordneter. Fester Bestandteil beider Politiksimulationen sind Mediengruppen, die teilweise auch Clips drehen.“*
- *„Jugendliche können und sollen als Expertinnen und Experten eingebunden werden, wenn es um ihre Lebenslagen geht. Öffentlich-rechtliche Medien sollten Erfahrungsmöglichkeiten für junge Menschen schaffen und Jugendliche als Experten einbinden, z. B. im Schulradio.“*
- *„Vor dem Hintergrund der aktuellen jugendpolitischen Debatten um Partizipation von jungen Menschen sollten mehr Beteiligungs- und Erfahrungsmöglichkeiten im Internet geschaffen werden [...] Jugendliche müssen in Hauptprogrammen vorkommen.*
- *Die Angebote müssen zeitlich so in das Programmumfeld platziert werden, dass sie den Sehgewohnheiten Jugendlicher entgegenkommen.*
- *Ein weites Feld für die Zielgruppe stellen Medien, soziale Netzwerke und politische Bildung dar. Jugendliche nutzen am liebsten YouTube-Kanäle, in denen Personen ihres Alters auftreten. Daher sollten auch die öffentlich-rechtlichen Medien verstärkt Inhalte mit jugendlichen Multiplikatoren im Sinne des [...] „peer group education – Ansatzes“ ausbauen. Dieses Modell könnte auch sehr gut für den Ausbau von Erklärvideos herangezogen werden.*
- *[...] Politikmagazine und Talkshows [müssen] jugendgerechter weiterentwickelt werden. Oft sind die Angebote für weniger Gebildete schwer verständlich und sind in ihrer Machart zu behäbig. Sie sollten so gestaltet werden, dass sie verständlich und anziehend für junge Menschen (z. B. junge Moderatorinnen und Moderatoren, kurze Texte, Humor, populärwissenschaftlich) sind und es Spaß macht, diese anzusehen, und sie motivieren, sich mit politischen Themen auseinanderzusetzen.*
- *Die Zusammenarbeit und der Austausch zwischen Bildungseinrichtungen in der politischen Jugendbildung und den öffentlich-rechtlichen Medien sollten ausgebaut werden. Hier liegt eine große Chance, die Zielgruppe zu erreichen. Denkbar wäre eine wesentlich stärkere Verbindung zwischen der politisch-kulturellen Jugendbildung, da über jugendkulturelle Themen politische Themen transportiert werden können.“*

DIGITALE DEMOKRATIE UND ÖFFENTLICH-RECHTLICHE MEDIEN

UNIV.-PROF. DR. CHRISTIAN FUCHS, UNIVERSITY OF WESTMINSTER

Christian Fuchs behandelt in seinem Beitrag zur Studie Fragen, die unmittelbar den Bedeutungsgehalt von digitaler Demokratie betreffen. Seine Bestandsaufnahme ist kritisch.

„Die digitale Öffentlichkeit ist heute eine kolonialisierte und feudalisierete Öffentlichkeit, die von der Logik der Akkumulation und der Beschleunigung dominiert und geprägt wird.“

Er verweist darauf, dass neun der zehn meistbesuchten Internetplattformen kommerziell ausgerichtet sind. Zudem befindet sich die große Mehrheit der Internetunternehmen in Privateigentum. Sie agieren „profitorientiert, indem Aufmerksamkeit, Daten oder digitale Inhalte als Ware verkauft werden.“ Dies hat wiederum einen Einfluss auf die digitale Öffentlichkeit, die dadurch ebenfalls kolonialisiert und feudalisiert wird.

Als Gegenentwurf zum kommerzialisierten Internet schlägt Fuchs das „öffentlich-rechtliche Internet“ vor. Öffentlich-rechtliche Medien stünden im öffentlichen Eigentum und würden daher einer „nicht profitorientierten Logik“ folgen. „Aufgrund der besonderen Qualität der öffentlich-rechtlichen Medien können diese auch einen besonders wertvollen demokratischen und bildungsorientierten Beitrag zu einer demokratischen Online-Öffentlichkeit und der digitalen Demokratie leisten, wenn ihnen die dazu notwendigen materiellen und rechtlichen Möglichkeiten gegeben werden.“

Dazu stellt Fuchs drei konkrete Ideen vor, wie digitale Demokratie ausgebaut werden könnte:

1. Öffentlich-rechtliches YouTube (ORFTube)

„Ein europaweites öffentlich-rechtliches YouTube könnte es in Bezug auf Popularität und Interesse mit dem kommerziellen YouTube aufnehmen und eine reale Konkurrenz zu dem kalifornischen Internetgiganten Google/Alphabet, dem YouTube gehört, aufbauen.“ „Das Konzept des Public Open Space spricht sich für eine Online-Plattform aus, auf der verschiedene öffentlich-rechtliche Medien, andere öffentlich-rechtliche und zivilgesellschaftliche Institutionen sowie Nutzer/innen Inhalte als Gemeingut und öffentliches Wissen zur Verfügung stellen. Ein öffentlich-rechtliches YouTube ist ein spezifischer Ausdruck und wäre ein Teilaspekt des Public Open Space. [...] Das Projekt des ORFTube ist eine konkrete Utopie partizipativer Demokratie.“

2. Club 2.0

„Wir brauchen Slow Media.“ [...] „Der Vorschlag für einen Club 2.0 ist ein Ausdruck der demokratischen digitalen Öffentlichkeit. [...] Der Club 2.0 bietet Raum und Zeit für kontroverse politische Kommunikation und ermöglicht es Bürgerinnen und Bürgern, sich kollektiv und individuell durch Videos und Kommentare an der Diskussion zu beteiligen. Der kommunikative Aspekt der deliberativen Demokratie und der Partizipationsgedanke der Basisdemokratie werden im Modell des Club 2.0 verbunden.“

3. Die Online-Werbeabgabe

„Jedes Land, das Google und Facebook als Personalisierungsoption für Online-Werbung anbieten, stellt eine digitale Betriebsstätte dar. Werden diese Unternehmen gesetzlich zu Auswertung und Veröffentlichung der jährlichen Werbeimpressionen pro Land verpflichtet, so kann daraus ein Umsatz- und Profitanteil für ein bestimmtes Land berechnet werden. Führt dieses Land eine Abgabe auf Online-Werbung ein, so kann dadurch eine Bemessungsgrundlage der Online-Werbeabgabe festgelegt werden.“ Diese wiederum könne so Fuchs zur Finanzierung von öffentlich-rechtlichen Internetangeboten dienen.

Seine Empfehlungen im Zusammenhang mit den Förderungen digitaler Demokratie:

- *„Der ORF möge eine öffentlich-rechtliche Online-Plattform aufbauen.*
- *Es solle eine Online-Werbeabgabe eingeführt und die dadurch erzielten Erlöse verwendet werden, um öffentliche und öffentlich-rechtliche Projekte der digitalen Demokratie zu finanzieren.*
- *Die nationalen und EU-rechtlichen Grundlagen sollen so geändert werden, dass Wettbewerbstests und Markttests im Rahmen von Public-Value-Tests in Zukunft entfallen.*
- *Geoblocking und die zeitlich beschränkte Verweildauer öffentlich-rechtlicher audiovisueller Inhalte sollen abgeschafft werden und öffentlich-rechtliche Inhalte global und zeitlich unbeschränkt zugänglich gemacht werden.*
- *Es wird empfohlen, zur Stärkung des Demokratieauftrags öffentlich-rechtlicher Medien das ORF-Gesetz derart zu ändern, dass der ORF Onlinedienste und Onlineplattformen ohne rechtliche Beschränkungen und Verbote und Inhalte darauf ohne zeitlich beschränkte Verweildauer anbieten kann, sofern diese einem dem Wesen der digitalen Medien angepassten Bildungs- und Demokratieauftrag entsprechen. Es geht dabei vor allem um eine Änderung der Paragraphen 4e und 4f des ORF-Gesetzes.“*

DER ORF UND DIE DEMOKRATIE

DR. GÜNTHER OGRIS; MAG. FLORIAN OBERHUBER; MAG.^A MARTINA ZANDONELLA, SORA

Ogris et. al verdeutlichen in ihrer Arbeit den Zusammenhang zwischen dem öffentlich-rechtlichen ORF und der Demokratie, und stellen den „Demokratiemonitor“ vor.

„Österreich hat neben starken Parteien auch starke Sozialpartner und auch einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Die Analyse des Media Intelligence Service der EBU zeigt im internationalen Vergleich, dass in Österreich der öffentlich-rechtliche ORF – vor allem das Radio, aber auch das Fernsehen – überdurchschnittlich hohe Reichweiten hat. [...] Das Vertrauen [...] ist in Radio und Fernsehen in allen Altersgruppen am höchsten. Auch hinsichtlich der Zufriedenheit mit einzelnen öffentlich-rechtlichen und privaten Medienangeboten schneiden ORF-Radio und -Fernsehen am besten ab. Informationen in sozialen Medien werden hingegen überwiegend skeptisch betrachtet, wobei professionellen Medienangeboten wie Online-Zeitungen, Blogs und Nachrichtenportalen noch am ehesten vertraut wird.“

Das „Vertrauen in die Medien“ wird in einer weiteren Analyse des MIS der EBU als „wichtiger Gradmesser und Indikator für die Qualität der politischen Kultur“ identifiziert.

Ogris et. al sehen zwei Möglichkeiten, um die Demokratie wieder zu stärken:

- Die Schule kann politische Kompetenzen stärken. Diese sollten auch in den Bildungsreformen berücksichtigt werden.
- Politische und politiknahe Institutionen müssen ihre Beziehung zu den Bürgerinnen und Bürgern laufend überprüfen.

Schließlich bedarf es einer Strategie, wie der ORF als öffentlich-rechtlicher Rundfunk die Demokratie stärken kann.

„Da der ORF die Stärkung der Demokratie in seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag hat, hat der Demokratiemonitor für den ORF strategische Relevanz. Eine sorgfältige empirische Prüfung des Demokratiebewusstseins und der Zusammenhänge mit dem Medienverhalten kann eine empirische Grundlage bieten, um über die Erreichung dieser Ziele sachlich zu informieren und zu diskutieren. Strategien zur Stärkung des Vertrauens in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, zur Eindämmung von Fake News, zur Versachlichung und Stärkung des demokratischen Diskurses und zum Eindämmen autoritärer Tendenzen können so wissenschaftlich fundiert untermauert werden.“

STUDIE

Die Rolle öffentlich-rechtlicher Medien im Internet

Victor Mayer-Schönberger (Oxford University)

Die volkswirtschaftlichen Effekte des ORF-Fernsehens

Matthias Firgo, Oliver Fritz (WIFO),
Gerhard Streicher (Joanneum Research)

Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag

Gabriele Siegert, M. Bjorn von Rimscha, Christoph Sommer
(Universität Zürich)

Public Network Value

Thomas Steinmaurer, Corinna Wenzel (Universität Salzburg)

Generation What

Mag. Daniel Schönherr, SORA

Public Social Value

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Sonja Kretzschmar (Universität München)
Prof. Dr. Klaus Meier (Universität Eichstätt); Prof. Dr.Dr. h.c. Werner Weidenfeld (Universität München)
Mag.^A Dr.ⁱⁿ Corinna Wenzel (Universität Salzburg)
Prof. Graham Murdock (Loughborough University)
Univ.Prof. Dr. Jens Lucht, Univ.Prof. Dr. Mark Eisenegger (Universität Zürich)

Der Auftrag: Bildung im digitalen Zeitalter

Prof. Dr. Hartmut Rosa, Universität Jena
Dr.ⁱⁿ Maren Beaufort, Österreichische Akademie der Wissenschaften
Dr. Volker Grassmuck, Sozialwissenschaftler, Berlin
Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.in Katharine Sarikakis, Universität Wien
Prof. Dr. Bernhard Pörksen, Universität Tübingen
Klaudia Wick, Deutsche Kinemathek Berlin

DOKUMENTE

Gesetze und Regulative

TEXTE

Quelle vertrauenswürdiger Informationen

Univ.-Prof. Dr. Dieter Segert, Texte 1

Medien-Unterhaltung als Service Public

Univ.-Prof. em. Dr. Louis Bosshart, Texte 12

Das Naserümpfen der Eliten

Mag.³ Dr.ⁱⁿ Karin Pühringer, Texte 11

Die komplexe Welt erklären

Dir. Uwe Kammann, Texte 4

Kultur im Fernsehen

Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas, Texte 10

Nur was wirkt, hat Wert

Dir. Prof. Dr. Helmut Scherer, Texte 5

Österreichwert oder mehr Wert

Dr. Georg Spitaler, Texte 11

Welche Diversität für welchen Public Value?

Mag.³ Dr.ⁱⁿ Petra Herczeg, Texte 7

Zum Systemrisiko der Demokratie

Univ.-Prof. Dr. Kurt Imhof, Texte 3

Zwischen Auftrag und Kommerzialisierung

Univ.-Prof. Dr. Minas Dimitriou, Texte 11

Identität und Medien

Univ.-Prof. Dr. Karl Vocelka, Texte 3

Public Value

DDr.ⁱⁿ Julia Wippersberg, Texte 2

Public Value als Wertschöpfungsbegriff?

Univ.-Prof. Mag. DDr. Matthias Karmasin, Texte 6

Channelling diversity

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Gunilla Hultén, Texte 13

Crisis or dismantlement?

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Isabel Fernández-Alonso und
Dr. Marc Espin, Texte 13

Den öffentlichen Rundfunk entfesseln

Dr. Vinzenz Wyss, Texte 13

Eurovision and the „new“ Europe

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Karen Fricker, Texte 14

Pluralism and public service media

Petros Iosifidis, Texte 13

Snatch the public service!

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Sadra Bašić Hrvatinić, Texte 13

The four horsemen of the post-broadcast era

Univ.-Prof. Dr. Marko Ala-Fossi, Texte 13

Transnational television

Dr.ⁱⁿ Kati Förster, Texte 14

We are all Greeks

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Katharine Sarikakis, Texte 9

Auf dem Weg zum Publikum

Dr. Florian Oberhuber, Texte 8

Die Zukunft des Fernsehens

Dr. Alexander Wrabetz, Texte 8

