

| | |
|--|---|
| FDP fordert erneut Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks..... | 1 |
| Wenig Interesse an WM in Deutschland..... | 2 |
| Buchmesse: Aus für „Blaues Sofa“ in bisheriger Form | 3 |
| Katja Wildermuth erneut ins Executive Board der EBU gewählt | 4 |
| Frühere SWR-Direktorin neue Co-Leiterin im Mainzer Medieninstitut..... | 4 |

FDP fordert erneut Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Berlin (epd). Die FDP-Bundestagsfraktion hat eine starke Verschlinkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gefordert. In einem Positionspapier, das dem Evangelischen Pressedienst (epd) vorliegt, formuliert die Fraktion das Ziel, den Rundfunkbeitrag nicht weiter zu erhöhen und langfristig zu senken. Kritik wird am Entwurf des 3. Medienänderungsstaatsvertrages geübt, der „gut gemeint, aber nicht gut gedacht“ und keine echte Reform des öffentlich-rechtlichen Auftrags sei. Zuerst hatte die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (Freitag) über das Papier berichtet. Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) äußerte sich kritisch zu dem FDP-Vorstoß.

Thomas Hacker, medienpolitischer Sprecher der Fraktion, sagte der Zeitung, die jüngsten Skandale in der Senderfamilie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks befeuerten die Diskussion über seine Legitimation. In dieser dürfe es keine Tabus oder heiligen Kühe geben. Die FDP bekennt sich laut Dokument zum Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, stehe aber „für ein Mediensystem, in dem Maß und Mitte eingehalten werden“.

Das Positionspapier mündet in einem Katalog von insgesamt elf Forderungen für einen „modernen, leistungsfähigen und transparenten öffentlich-rechtlichen Rundfunk“, die sich in Teilen mit jenen anderer Kritiker des öffentlich-rechtlichen Systems decken. Ende September hatte bereits das FDP-Präsidium ein ähnliches Papier formuliert.

Unter anderem fordert die Fraktion den Abbau von Doppel- und Mehrfachstrukturen etwa durch eine einheitliche Mediathek, eine Deckelung der Spitzengehälter, eine Stärkung der Aufsichtsgremien durch unabhängige Dritte, einen vollständigen Verzicht auf Werbung

und Sponsoring und mehr Transparenz für die kommerziellen Tochterunternehmen der Sender. Zudem müsse der Online-Auftrag begrenzt werden, nicht nur beim Ankauf von Produktionen für die Mediathek, sondern auch bei der Presseähnlichkeit von Angeboten. Auch fordert die FDP die Länder auf, ihre „Länderegoismen“ zu überwinden, und für zügigere Reformen das Einstimmigkeits- zugunsten eines Mehrheitsprinzips aufzugeben.

Der DJV kritisierte, die Forderung nach Absenkung des Rundfunkbeitrags sei ein bewusster Verstoß gegen das vom Bundesverfassungsgericht aufgestellte Gebot der Staatsferne bei der Rundfunkfinanzierung. „Die Verfassungsrichter haben damit genau das verhindern wollen, was die FDP nun versucht: die Höhe des Rundfunkbeitrags von politischer Stimmungslage abhängig machen“, sagte der DJV-Bundesvorsitzende Frank Überall. Zudem bemängelte er, dass die FDP-Bundestagsfraktion für das Thema nicht zuständig sei, sondern die Rundfunkkommission der Länder. *amk*

Wenig Interesse an WM in Deutschland

Von Tilmann Gangloff (epd)

Frankfurt a.M. (epd). Nach dem erneuten Vorrunden-Aus der deutschen Mannschaft bei der Fußball-Weltmeisterschaft (WM) gibt es auch bei ARD und ZDF lange Gesichter: Bleibt das eigene Team auf der Strecke, geht das Interesse vor dem Fernseher erfahrungsgemäß stark zurück. Dabei hatten die Zuschauerzahlen gerade erst ein aus Sicht der Sender einigermaßen zufriedenstellendes Niveau erreicht. Nun sieht es jedoch so aus, als sei das Turnier in Katar nicht nur die „umstrittenste WM aller Zeiten“, sondern auch die erfolgloseste.

Offenbar sind ARD und ZDF Opfer ihrer eigenen kritischen Vorberichterstattung geworden. Wochenlang hatte das öffentlich-rechtliche Fernsehen in Dokumentationen und Reportagen auf die Missstände in Katar hingewiesen: Mutmaßlich mehrere tausend Arbeitsmigranten sind beim Bau der Stadien umgekommen, Frauen werden unterdrückt, Homosexuelle verfolgt. Menschenrechtsorganisationen protestierten gegen die Übertragung der Spiele und riefen zum Boykott auf. All das spiegelt sich in den Zuschauerzahlen wider.

Obwohl sich gerade im Ersten in den vergangenen zwei Wochen bis zu 14 Stunden lang alles um Fußball drehte, wollte der Funke nicht überspringen. Im Vergleich zur WM in Russland 2018 sei das Zuschauerinteresse deutlich verhaltener, räumt ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky auf Anfrage des Evangelischen Pressedienstes (epd) ein. Damals hätten alle von der ARD übertragenen Vorrundenspiele im Schnitt knapp 9 Millionen Zuschauer gehabt, in diesem Jahr seien es nur knapp 5 Millionen. Die ZDF-Quoten waren ähnlich niedrig. Die ereignisarme Eröffnungspartie zwischen dem Gastgeber und Ecuador hatte zwar 6 Millionen Zuschauer, aber auch das war deutlich weniger als bei bisherigen Auftaktspielen.

Die Niederlage der deutschen Mannschaft gegen Japan trug auch nicht dazu bei, Begeisterung zu entfachen. Das Spiel sorgte zwar mit 9,26 Millionen Zuschauern (Marktanteil: 59,7 Prozent) für eine erste Rekordmarke, aber die Resonanz lag deutlich unter den Zahlen des deutschen Turnierauftritts bei der WM 2018 gegen Mexiko (25,97 Millionen, 81,6 Prozent). Das Unentschieden gegen Spanien hatte 17,05 Millionen Zuschauer (Marktanteil: 49,3 Prozent) – endlich schienen die Deutschen im Turnier

angekommen zu sein, in Katar wie auch daheim. „Mit in der Spitze fast 20 Millionen Zuschauern wurde deutlich, dass WM-Fußball mit deutscher Beteiligung weiter große Zugkraft hat“, freute sich ZDF-WM-Teamchef Christoph Hamm.

Das letzte deutsche Spiel gegen Costa Rica am Donnerstagabend dürfte mit 17,44 Millionen Zuschauern im Ersten (Marktanteil: 53,7 Prozent) den Spitzenwert des Turniers gesetzt haben. Bei der WM 2018 in Russland, als Deutschland ebenfalls nach der Vorrunde ausschied, lag selbst das Finale deutlich unter den Zahlen der deutschen Partien. Damals hatten die deutschen Spiele im Schnitt mehr als 26 Millionen Zuschauer.

Erfreulich ist aus Sicht der Sender nur, dass die Livestream-Angebote deutlich stärker genutzt wurden als vor vier Jahren. Am Tag des ersten Gruppenspiels gegen Japan verzeichnete die ARD rund 12,5 Millionen Livestream-Abrufe, an den weiteren WM-Tagen bewegten sich diese Zahlen zwischen 4 und 6 Millionen.

Dennoch stimme ihn die Entwicklung der Zuschauerzahlen „natürlich nachdenklich“, sagte Balkausky dem epd: „Unser Eindruck ist, dass diese Fußball-WM zumindest in Deutschland sehr speziell betrachtet wird.“ Erste Zahlen aus den europäischen Nachbarländern hätten gezeigt, „dass es dort keinen derartigen Rückgang bei den Einschaltquoten gibt“. Der ARD-Sportkoordinator macht neben dem Austragungszeitpunkt des Turniers in der Vorweihnachtszeit „die schwierigen Begleitumstände bei dieser WM inklusive der Kritik am Gastgeberland und an der FIFA“ für diesen Rückgang verantwortlich. Auch Hamm spricht von einer „besonderen Herausforderung“, da das Turnier „den Spagat zwischen der Aufbereitung der kritischen Themen und der Übertragung der Fußballspiele erfordere“.

Bei aller Kritik an der FIFA und dem Gastgeberland bleibt aber auch festzuhalten, dass der Weltfußballverband und der Veranstalter vor Ort rund um die Spiele für spektakuläre Bilder gesorgt haben. Dass kritische Momente, etwa ein „Flitzer“ mit Regenbogenfahne während des Spiels Portugal gegen Uruguay, vom sogenannten Weltbild nach Möglichkeit ausgespart werden, gehört bei großen Turnieren längst zur Realität.

Buchmesse: Aus für „Blaues Sofa“ in bisheriger Form

Gütersloh (epd). Der Medienkonzern Bertelsmann will sein literarisches Gesprächsformat „Das blaue Sofa“ künftig ohne die bisherigen Partner ZDF, 3sat und Deutschlandfunk Kultur fortführen. Das vor allem auf den Buchmessen in Frankfurt und Leipzig präsentierte Forum für Interviews mit Autorinnen und Autoren, die zum Teil per Hörfunk, Fernsehen und Livestream übertragen wurden, solle „digitaler und internationaler“ ausgerichtet werden, teilte Bertelsmann am Freitag in Gütersloh mit.

Die Zusammenarbeit werde „im besten Einvernehmen“ beendet, hieß es weiter. Das ZDF kündigte an, auf der Leipziger Buchmesse im April gemeinsam mit 3sat eine eigene, neue Literaturbühne zu präsentieren. Deutschlandfunk Kultur teilte mit, der Sender wolle sein inhaltliches Angebot auf der eigenen Messebühne ausbauen.

Karin Schlautmann, Leiterin der Bertelsmann Unternehmenskommunikation, sagte, ihr Konzern sehe die Neuausrichtung als Chance: „Im Literaturbetrieb haben Dialog und

Vernetzung, der direkte Austausch mit dem Publikum und Internationalität eine neue Bedeutung erlangt. Dem wollen wir Rechnung tragen.“

ZDF-Programmdirektorin Nadine Bilke kündigte an, gemeinsam mit 3sat wollen ihr Sender das Programm aus Leipzig und Frankfurt „vielfältig ausrichten und mit neuen Ideen an den Start gehen“. Ralf Müller-Schmid, Programmchef von Deutschlandfunk Kultur, sagte „Das Blaue Sofa“ sei ein „sehr spannendes Format“ gewesen. Literatur würde eine zentrale Bedeutung in den Programmen des Deutschlandfunks behalten.

„Das Blaue Sofa“ startete im Jahr 2000 auf der Leipziger Buchmesse und war seitdem Gastgeber für mehr als 3000 Gespräche. Die vier Partner Bertelsmann, ZDF, 3sat und Deutschlandfunk Kultur bildeten dafür ein gemeinsames Redaktionsteam. *amk*

Katja Wildermuth erneut ins Executive Board der EBU gewählt

München/Genf (epd). BR-Intendantin Katja Wildermuth ist als Vertreterin von ARD und ZDF im Executive Board der Europäischen Rundfunkunion (EBU) bestätigt worden. Wie der Bayerische Rundfunk am Freitag mitteilte, wählte die Generalversammlung in Genf Wildermuth zum 1. Januar 2023 erneut ins oberste Entscheidungsgremium.

Das elfköpfige Gremium trifft sich etwa sieben Mal pro Jahr und legt die Strategie der EBU, unter anderem in wichtigen medienpolitischen Fragen, fest. Die EBU vertritt laut Mitteilung die gemeinsamen Interessen der öffentlich-rechtlichen Sender in Europa und dient darüber hinaus ihren Mitgliedern als Plattform für Erfahrungsaustausch und zur Durchführung kooperativer Projekte, wie dem Austausch von Nachrichtenbeiträgen und Konzertmitschnitten. Auch der gemeinsame Sportrechteerwerb gehört zu den EBU-Aufgaben. BR-Intendantin Katja Wildermuth gehört dem Gremium seit Mitte 2022 an. *lbn*

Frühere SWR-Direktorin neue Co-Leiterin im Mainzer Medieninstitut

Mainz (epd). Die ehemalige SWR-Landessenderdirektorin Rheinland-Pfalz, Simone Schelberg, ist neue Co-Direktorin des Mainzer Medieninstituts. Die promovierte Juristin werde die Einrichtung ab sofort gemeinsam mit dem Medienrechtler Matthias Cornils leiten, teilte die rheinland-pfälzische Medienstaatssekretärin Heike Raab (SPD) als Vorsitzende des Trägervereins am Freitag mit. Mit ihren „**profunden Kenntnissen und Erfahrungen aus der Medienpraxis**“ werde die neue Co-Direktorin neue Impulse in die Arbeit des Instituts einbringen.

Schelberg hatte fast 15 Jahre lang die Fernseh- und Hörfunkprogramme des SWR für Rheinland-Pfalz verantwortet. Das im Jahr 2000 gegründete Institut befasst sich mit Medienrecht und Medienpolitik. Neben Forschungs- und Gutachtertätigkeit bietet es einen berufsbegleitenden Masterstudiengang. Als Dozenten lehren neben Professoren der Mainzer Universität auch Medienanwälte und Vertreter von Rundfunkanstalten. Träger des Instituts ist ein Verein, an dem neben der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei auch ZDF, SWR, WDR und die Medienanstalt Rheinland-Pfalz beteiligt sind.

An der Spitze des Mainzer Medieninstituts stand bis 2018 Gründungsdirektor Dieter Dörr. Danach übernahmen Cornils und die Kommunikationswissenschaftlerin Birgit Stark als Doppelspitze die Leitung. Stark schied 2020 wieder aus dem Medieninstitut aus. *lmw*

IMPRESSUM

Herausgeber und Verlag:
Gemeinschaftswerk der Evang.
Publizistik (GEP) gGmbH in
Frankfurt am Main. HRB 49081
USt-ID-Nr.DE 114235 916
Geschäftsführer:
Direktor Jörg Bollmann
Verlagsleiter: Bert Wegener

Chefredakteur der epd-Zentralredaktion:
Karsten Frerichs
epd medien und epd medien aktuell:
Diemut Roether (Verantw. Redakteurin),
Michael Ridder, Ellen Nebel
Emil-von-Behring-Straße 3
Briefe: Postfach 50 05 50
60394 Frankfurt am Main
Telefon (069) 5 80 98-209
Telefax (069) 5 80 98-261

E-Mail: medien@epd.de, [gep-
leserservice@medienexpert.com](mailto:gep-
leserservice@medienexpert.com)

Erscheinungsweise: einmal
wöchentlich. (Druckausgabe)
Monatsabonnement: Druckausgabe
plus fünf Mal wöchentlich epd
medien aktuell (elektronisch)
83,15 Euro inkl. MWSt. Inland,
Ausland auf Anfrage.

Nachdruck nur mit Vertrag.
Anzeigen:
m-public Medien
Services GmbH
Zimmerstraße 90
10117 Berlin
Tel.: (030) 32 53 21-432
Fax. (030) 32 53 21-444
E-Mail: christoph@m-public.de
Druck: FRITSCH Druck GmbH
Heiterblickstraße 42
04347 Leipzig