Medienstrukturen | 15

Corinne Schweizer

Öffentliche Rundfunkorganisationen als Media Commons?

Vorschlag eines neuen Leitbegriffs und vergleichende Analyse in 16 Ländern

Nomos

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Reihe Medienstrukturen

herausgegeben von
Otfried Jarren
Matthias Künzler
Manuel Puppis

Band 15

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Corinne Schweizer

Öffentliche Rundfunkorganisationen als Media Commons?

Vorschlag eines neuen Leitbegriffs und vergleichende Analyse in 16 Ländern

Nomos

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

© Titelbild: SRF / Oscar Alessio

Die vorliegende Arbeit wurde von der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich im Frühjahrssemester 2016 auf Antrag der Promotionskommission bestehend aus Prof. Dr. Otfried Jarren (hauptverantwortliche Betreuungsperson) und Prof. Dr. Manuel Puppis als Dissertation angenommen.

Publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung.

Schweizerischer Nationalfonds
zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Zugl.: Zürich, Univ., Diss., 2016

1. Auflage 2019

© Corinne Schweizer

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3-5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-6027-5
ISBN (ePDF): 978-3-7489-0147-1

DOI: https://doi.org/10.5771/9783748901471

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Für Christoph.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Danksagung

Diese Monografie ist eine überarbeitete und aktualisierte Fassung der Doktorarbeit, die ich 2016 an der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich eingereicht und erfolgreich verteidigt habe. Ihre Realisierung wäre nicht möglich gewesen ohne die fortwährende Unterstützung meines Doktorvaters Prof. Dr. Otfried Jarren und die lehrreiche Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Manuel Puppis. Dafür möchte ich mich bei beiden herzlich bedanken.

Zudem möchte ich mich bei den Kolleginnen und Kollegen der ehemaligen Abteilung „Medien und Politik" des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich für ihre inhaltlichen Anregungen und freundschaftlichen Ermutigungen bedanken: Dr. Stefan Bosshart, Dr. Matthias Brändli, Dr. Nina Busch, Yuvviki Dioh, Dr. Erik Jentges, Prof. Dr. Ulrike Klinger, Prof. Dr. Matthias Künzler, Dr. Anna Leupold, Dr. Werner A. Meier, Dr. Franziska Oehmer, Dr. Colin Porlezza, Dr. Stephan Rösli, Dr. Marc Seele, Dr. Samuel Studer, Dr. Christian Wassmer, und Dr. Pascal Zwicky. Für ihre Unterstützung bei der Verteidigung und bei der Publikation dieses Buches möchte ich Dr. Martina Leonarz, Renate Fischer, Noemi Festic und Alexa Keinert danken, sowie Prof. Dr. Natascha Just, Alena Birrer und Johanna Burger.

Weiter gilt mein Dank «auswärtigen» Kolleginnen und Kollegen: Den zahlreichen Teilnehmenden der von Otfried Jarren gemeinsam mit Prof. Dr. Klaus Beck, Prof. Dr. Patrick Donges und Prof. Dr. Barbara Pfetsch organisierten Berlin-Greifswald-Zürich-Doktoratskolloquien, Dr. Sally Broughton Micova, Prof. Dr. Karen Donders, Prof. Natalie Fenton, Prof. Des Freedman, Dr. Sarah Ganter, Dr. Charlotte Hess, Prof. Gregory Ferrell Lowe, Prof. Robin Mansell, Prof. Graham Murdock, Prof. Hannu Nieminen, Dr. Julia Pohle, Dr. Phil Ramsey, Prof. Seamus Simpson, Prof. Dr. Felix Stalder, Prof. Reza Tadayoni, Dr. Damian Tambini, Prof. Dr. Barbara Thomaß, Prof. Hilde van den Bulck und Prof. Dr. Katrin Voltmer.

Zu guter Letzt möchte ich mich bei meinem Partner, Dr. Christoph Czichowsky für seine großartige Unterstützung bedanken und bei meiner Familie für ihre wohlwollende Begleitung meines akademischen Werdegangs.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis 13

Tabellenverzeichnis 15

1 Einleitung 19

1.1 Erarbeitung des neuen Leitbegriffs der «Media Commons» 22
1.2 Vergleichende Analyse öffentlicher Rundfunkorganisationen 25

2 Der öffentliche Rundfunk im digitalen Zeitalter 28

2.1 Die Definition des öffentlichen Rundfunks 29
2.1.1 Die inhaltliche Beschreibung des öffentlichen Rundfunks 30
2.1.2 Die strukturelle Beschreibung des öffentlichen Rundfunks 33
2.1.3 In der Praxis: Abgrenzungsprobleme und «übliche Verdächtige» 35
2.2 Die Geschichte des öffentlichen Rundfunks 37
2.2.1 Die Anfänge als Monopolradio 37
2.2.2 Die Phase der Marktliberalisierung 39
2.2.3 Das digitale Zeitalter 41
2.3 Die Begründung des öffentlichen Rundfunks 44
2.3.1 Die ökonomische Begründung des öffentlichen Rundfunks 44
2.3.2 Die gesellschaftliche Begründung des öffentlichen Rundfunks 46
2.3.3 Die Begründung des öffentlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter 48

3 Die Commons und ihre Erforschung 51

3.1 Die drei Commons-Perspektiven 52
3.1.1 Die Commons als «Common Good» 54
3.1.2 Die Commons als «Common Pool Ressource» 56
3.1.3 Die Commons als «Collective Action» 58

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3.2 Die «Commons of the Mind» und ihre Analyse 60
3.2.1 Forschung zu traditionellen und neuen Commons 64
3.2.2 Exkurs: Soziale Bewegungen zu den «Commons of the Mind» 67
3.2.3 Vorgehen bei der Analyse von «Commons of the Mind» 69
3.3 Commons-Forschung zu Medienorganisationen 71
3.3.1 Kommunikationsplattformen und Community Medien 72
3.3.2 Öffentlicher Rundfunk als Commons 74
3.3.3 Weitere relevante Anwendungen 77
3.4 Ansatzpunkte für die Entwicklung des «Media Commons» 81
3.4.1 Zusammenfassung und Kritik des Besprochenen 81
3.4.2 Fünf Perspektiven zur Erforschung von «Media Commons» 85

4 Analyseschema und Thesen zum öffentlichen Rundfunk 88

4.1 Merkmale und Forderungen an ein «Media Commons» 89
4.1.1 Die Aufgabe des «Media Commons» 89
4.1.2 Die Organisationsstruktur des «Media Commons» 91
4.1.3 Kollaboration im «Media Commons» 94
4.1.4 Zugang zu den Inhalten des «Media Commons» 96
4.1.5 Outcome des «Media Commons» 98
4.2 Thesen zum öffentlichen Rundfunk als «Media Commons» 99
4.2.1 Thesen zur Institution und ihrem Wandel 100
4.2.2 Thesen zum Länder- bzw. Organisationsvergleich 105

5 Forschungsdesign 110

5.1 Fallauswahl 111
5.1.1 Theoretische Überlegungen zur Fallauswahl 112
5.1.2 Beschreibung der ausgewählten Rundfunkorganisationen 113
5.2 Vergleichsdimensionen 118
5.3 Datenerhebung und -auswertung 123

6 Ergebnisse 128

6.1 Australien 128
6.1.1 Australian Broadcasting Corporation (ABC) 128
6.1.2 Special Broadcasting Service (SBS) 131

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6.2 Belgien 134
6.2.1 Belgisches Rundfunk- und Fernsehzentrum der Deutschsprachigen Gemeinschaft (BRF) 134
6.2.2 Radio Télévision Belge Francophone (RTBF) 136
6.2.3 Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT) 139
6.3 Dänemark 142
6.3.1 Danmarks Radio (DR) 142
6.4 Deutschland 144
6.4.1 Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) 144
6.4.2 Deutschlandradio (DRadio) 147
6.4.3 Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) 149
6.5 Finnland 152
6.5.1 Yleisradio (Yle) 152
6.6 Frankreich 155
6.6.1 France Télévisions (FTV) 155
6.6.2 Radio France (RF) 158
6.7 Großbritannien 160
6.7.1 British Broadcasting Corporation (BBC) 160
6.7.2 Channel 4 (C4) 163
6.7.3 Sianel Pedwar Cymru (S4C) 166
6.8 Irland 168
6.8.1 Radió Teilifís Éireann (RTÉ) 168
6.8.2 Teilifís Gaeilge Ceathair (TG4) 171
6.9 Italien 173
6.9.1 Radiotelevisione Italiana (Rai) 173
6.10 Kanada 176
6.10.1 Aboriginal Peoples Television Network (APTN) 176
6.10.2 Canadian Broadcasting Corporation (CBC) 179
6.11 Neuseeland 182
6.11.1 Māori Television Service (MTS) 182
6.11.2 Radio New Zealand (RNZ) 185
6.11.3 Television New Zealand (TVNZ) 188
6.12 Niederlande 190
6.12.1 Nederlandse Publieke Omreop (NPO) 190
6.13 Norwegen 193
6.13.1 Norsk Rikskringkasting (NRK) 193
6.14 Österreich 196
6.14.1 Österreichischer Rundfunk (ORF) 196

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6.15 Schweden 199
6.15.1 Sveriges Radio (SR) 199
6.15.2 Sveriges Television (SVT) 202
6.15.3 Sveriges Utbildningsradio (UR) 205
6.16 Schweiz 208
6.16.1 Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) 208

7 Vergleich und Kontextualisierung der Ergebnisse 212

7.1 Merkmale öffentlicher Rundfunkorganisationen im Vergleich 212
7.1.1 Aufgaben des öffentlichen Rundfunks im Vergleich 213
7.1.2 Organisationsstruktur des öffentlichen Rundfunks im Vergleich 215
7.1.3 Kollaboration beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich 220
7.1.4 Zugang zu Inhalten des öffentlichen Rundfunks im Vergleich 222
7.1.5 Outcome des öffentlichen Rundfunks im Vergleich 224
7.2 Kontextualisierung von Unterschieden und Gemeinsamkeiten 227
7.2.1 Öffentlicher Rundfunk in liberalen und demokratisch-korporatistischen Ländern 227
7.2.2 Öffentlicher Rundfunk in großen und kleinen Ländern 229
7.2.3 Öffentlicher Rundfunk und das Wohlstandsniveau 232

8 Schluss und Ausblick 235

8.1 Ein Leitbegriff für Medienorganisationen im digitalen Zeitalter 236
8.2 Konzeptionelle und methodische Herausforderungen 238
8.3 Ausblick: Die Zukunft der «Media Commons» 241

Literaturverzeichnis 245

Dokumentenverzeichnis 265

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Modelle des öffentlichen Rundfunks gemäß seinen Funktionen 32

Abbildung 2 Einordnung von Commons-Ressourcen 61

Abbildung 3 Dreiteilige Definition der «Commons of the Mind» 63

Abbildung 4 Institutional Analysis & Design Framework 70

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Idealtypische Unterscheidung von Rundfunkorganisationen 34

Tabelle 2 Übergang vom öffentlichen Monopol zum dualen System 40

Tabelle 3 Ursachen für Marktversagen 45

Tabelle 4 Modelle des öffentlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter 49

Tabelle 5 Güterklassifikation 56

Tabelle 6 Analyseperspektiven für «Media Commons» 85

Tabelle 7 Analyseschema (1): Aufgabe des «Media Commons» 91

Tabelle 8 Analyseschema (2): Struktur des «Media Commons» 93

Tabelle 9 Analyseschema (3): Kollaboration im «Media Commons» 95

Tabelle 10 Analyseschema (4): Zugang zu den Inhalten des «Media Commons» 97

Tabelle 11 Analyseschema (5): Outcome des «Media Commons» 99

Tabelle 12 Evaluationsschema für «Media Commons» 120

Tabelle 13 Quellenkritik – Gesetze und Verwaltungsdokumente 126

Tabelle 14 Quellenkritik – Publikationen des öffentlichen Rundfunks 126

Tabelle 15 Quellenkritik – Website des öffentlichen Rundfunks 127

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 16 Quellenkritik – Studien und wissenschaftliche Publikationen 127

Tabelle 17 Evaluation: ABC als «Media Commons» 131

Tabelle 18 Evaluation: SBS als «Media Commons» 134

Tabelle 19 Evaluation: BRF als «Media Commons» 136

Tabelle 20 Evaluation: RTBF als «Media Commons» 139

Tabelle 21 Evaluation: VRT als «Media Commons» 141

Tabelle 22 Evaluation: DR als «Media Commons» 144

Tabelle 23 Evaluation: ARD als «Media Commons» 147

Tabelle 24 Evaluation: DRadio als «Media Commons» 149

Tabelle 25 Evaluation: ZDF als «Media Commons» 152

Tabelle 26 Evaluation: Yle als «Media Commons» 154

Tabelle 27 Evaluation: FTV als «Media Commons» 157

Tabelle 28 Evaluation: RF als «Media Commons» 160

Tabelle 29 Evaluation: BBC als «Media Commons» 163

Tabelle 30 Evaluation: C4 als «Media Commons» 165

Tabelle 31 Evaluation: S4C als «Media Commons» 168

Tabelle 32 Evaluation : RTÉ als «Media Commons» 171

Tabelle 33 Evaluation: TG4 als «Media Commons» 173

Tabelle 34 Evaluation: Rai als «Media Commons» 176

Tabelle 35 Evaluation: APTN als «Media Commons» 179

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 36 Evaluation: CBC als «Media Commons» 182

Tabelle 37 Evaluation: MTS als «Media Commons» 185

Tabelle 38 Evaluation: RNZ als «Media Commons» 187

Tabelle 39 Evaluation: TVNZ als «Media Commons» 190

Tabelle 40 Evaluation: NPO als «Media Commons» 193

Tabelle 41 Evaluation: NRK als «Media Commons» 196

Tabelle 42 Evaluation: ORF als «Media Commons» 199

Tabelle 43 Evaluation: SR als «Media Commons» 202

Tabelle 44 Evaluation: SVT als «Media Commons» 205

Tabelle 45 Evaluation: UR als «Media Commons» 208

Tabelle 46 Evaluation: SRG als «Media Commons» 211

Tabelle 47 Evaluation der öffentlichen Rundfunkorganisationen im Vergleich 213

Tabelle 48 Gesellschaftlichen Teilhabe beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich 216

Tabelle 49 Grenzen des Marktes beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich 218

Tabelle 50 Grenzen des Staates beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich 219

Tabelle 51 Kollaboration beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich 222

Tabelle 52 Zugang zu Inhalten des öffentlichen Rundfunks im Vergleich 224

Tabelle 53 Outcome des öffentlichen Rundfunks im Vergleich 226

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 54 Öffentlicher Rundfunk als «Media Commons» nach Mediensystem 228

Tabelle 55 Organisationsstruktur im Vergleich nach Mediensystem 228

Tabelle 56 Kollaboration im Vergleich nach Mediensystem 229

Tabelle 57 Zugang zu Inhalten im Vergleich nach Mediensystem 229

Tabelle 58 Outcome im Vergleich nach Mediensystem 229

Tabelle 59 Öffentlicher Rundfunk als «Media Commons» nach Ländergröße 230

Tabelle 60 Organisationsstruktur im Vergleich nach Ländergröße 231

Tabelle 61 Kollaboration im Vergleich nach Ländergröße 231

Tabelle 62 Zugang zu Inhalten im Vergleich nach Ländergröße 231

Tabelle 63 Outcome im Vergleich nach Ländergröße 231

Tabelle 64 Öffentlicher Rundfunk als «Media Commons» nach Kaufkraft 232

Tabelle 65 Organisationsstruktur im Vergleich nach Kaufkraft 233

Tabelle 66 Kollaboration im Vergleich nach Kaufkraft 233

Tabelle 67 Zugang zu Inhalten im Vergleich nach Kaufkraft 233

Tabelle 68 Outcome im Vergleich nach Kaufkraft 234

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

1 Einleitung

Ist der öffentliche Rundfunk im digitalen Zeitalter noch legitim? Diese Frage erhitzt seit vielen Jahren die Gemüter, nicht nur in Medienpolitik und Medienforschung, sondern auch bei den Gebühren- und Steuerzahlenden. Es scheint fast, als würden die in den 1920er-Jahren als öffentliche Monopole gegründeten Rundfunkorganisationen angesichts der Menge an frei zugänglichen Medieninhalten im Internet heute nicht mehr benötigt. Gerade junge Menschen schalten seltener ein und zeigen nur in Ausnahmefällen Interesse am linearen Radio- und Fernsehkonsum. Der von neoliberalen Politikerinnen und Politikern und von durch die Digitalisierung selbst unter Druck geratenen Presseverlagen geäußerte Vorwurf, es handle sich hier um eine unfaire «Marktverzerrung», dominiert zudem den öffentlichen Diskurs über den öffentlichen Rundfunk.

Gleichzeitig ist der öffentliche Rundfunk aber vor dem Hintergrund von Desinformation im Internet und Datenschutzskandalen in den sozialen Medien in westlichen Ländern unumstrittener Spitzenreiter in jeder Befragung zum Vertrauen in Medieninhalte bzw. -organisationen. Zudem sind in manchen Regionen die Sendungen des öffentlichen Rundfunks die einzige verbleibende Informationsquelle, dies aufgrund der ökonomischen Schwierigkeiten von Tageszeitungen, sich am (digitalen) Markt zu refinanzieren. Die vorliegende Studie geht deshalb davon aus, dass es den öffentlichen Rundfunk nach wie vor braucht, dass er aber im digitalen Zeitalter – organisationsintern und -extern – neu gedacht werden muss, um weiterhin als legitim zu gelten. Zur Unterstützung dieses Prozesses wird hier ein neuer Leitbegriff vorgeschlagen, der viele Forderungen an eine moderne, gesellschaftliche Medienorganisation in sich vereint – der des «Media Commons».

Ein Commons ist gemäß Elinor Ostrom, der berühmtesten Forscherin in diesem Bereich, eine Ressource, die wir teilen und die uns deshalb bei der Nutzung und Bereitstellung vor soziale Dilemmata stellt (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 3). Die Commons-Forschung hat sich seit den 1970er-Jahren mit natürlichen Ressourcen – wie beispielsweise Wiesen, Wäldern oder der Fischerei – und deren gemeinschaftlichen Bewirtschaftung und Organisation befasst. Elinor Ostrom hat für ihre Forschung zu diesen Ressourcen 2009 den Alfred-Nobel-Gedenkpreis für Wirtschaftswissenschaften verliehen bekommen (vgl. o.A. 2009). Seit den 1990ern werden auch digitale,

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

immaterielle und kulturelle Ressourcen als Commons beschrieben und erforscht. Ostrom hat mit dem Sammelband «Governing the Knowledge Commons» (Hess/Ostrom 2007a) einen Beitrag zu dieser Entwicklung geleistet. In einem der Kapitel argumentiert beispielsweise Bollier (2007: 32), dass der Begriff der Commons, wie bereits im Bereich des Umweltschutzes, auch für die «digitale Ökologie» eine Möglichkeit bietet, um einen fairen und gerechten Umgang mit geteilten Ressourcen zu fordern. Die Commons bieten dafür das passende «Philosophical Framework».

Solche Rahmungen bzw. Leitbegriffe sind auch für Organisationen wichtig, um sich zu beschreiben und die eigene Legitimität zu begründen. Legitimität basiert – abgesehen vom individuellen Nutzen – darauf, dass Menschen eine Organisation verstehen und ihre Aktivitäten als wünschenswert, gerecht und richtig einschätzen:

> «Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions» (Suchman 1995: 574).

Suchman (1995: 577–584) unterscheidet zwischen einer nutzenorientiert-pragmatischen, einer normativ-moralischen und einer kognitiven Legitimität. Am mächtigsten ist die dritte Form: Aufgrund von kognitiven Überlegungen resultiert im besten Fall, dass eine Institution schlicht als unabdingbar betrachtet wird («taken-for-grantedness»). Dazu gehört jedoch auch, dass die Organisation «verständlich» ist, dass es also plausible Erklärungen dafür gibt, inwiefern sie in einer chaotischen sozialen Umwelt ein Problem zu lösen vermag.

Dass ein Leitbegriff hilft, sich selbst und die eigenen Aktivitäten zu erklären, war den öffentlichen Rundfunkorganisationen auch vor 15 Jahren bewusst, als sie «Public Value» eingeführt haben. Der Begriff wurde erstmals von der British Broadcasting Corporation (BBC) im Rahmen der Erneuerung der Royal Charter von 2006 benutzt. Ein Strategiepapier von 2004 trägt den Titel «Building Public Value: Renewing the BBC for a Digital World» (vgl. Steemers 2004: 103); in ihm wird der «gesellschaftliche Mehrwert» der Programme der BBC diskutiert. In der Folge haben öffentliche Rundfunkorganisationen in den westlichen EU-Ländern damit begonnen, den gesellschaftlichen Mehrwert ihrer Programme zu beschreiben und sogenannte «Public Value»-Tests für neue Angebote einzuführen (vgl. Donders/Moe 2011). Dies war auch eine Reaktion auf den Druck privatkommerzieller Medienorganisationen und die Forderung der EU nach mehr Transparenz und Kontrolle (vgl. Wolswinkel 2011, Nikoltchev 2012).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Das hier vorgeschlagene «Media Commons» lehnt die Überlegungen von «Public Value» keineswegs ab, geht aber einen Schritt weiter. Wie der «Public Value» versteht auch das «Media Commons» die Programme öffentlicher Rundfunkorganisationen als wichtige gesellschaftliche Güter oder Ressourcen. Das «Media Commons» befasst sich aber zusätzlich mit der Art und Weise, wie diese Güter hergestellt und zugänglich gemacht werden und wer an Entscheidungsprozessen beteiligt ist[1]. Insofern vermag der neue Leitbegriff nicht nur den Inhalt, sondern auch die Medienorganisation zu fassen. Gleichzeitig ist der Begriff kompromissloser. Mit «Public Value» wurde vor allem versucht, die Anspruchsgruppen von der Qualität der Medieninhalte zu überzeugen. Entsprechend erschienen diese immer ein wenig wie ein «Nice to Have», das wir uns als Gesellschaft leisten, weil wir es können. Der Leitbegriff des «Media Commons» macht hingegen klar, dass eine «Tragödie» unausweichlich ist, wenn wir es als Gesellschaft nicht schaffen, uns bezüglich der Organisation der öffentlichen Kommunikation miteinander zu arrangieren.

In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gehört der Commons-Begriff bisher nicht zum Standardcurriculum, er wird aber in verschiedenen Zusammenhängen verwendet (siehe Kapitel 3.3). Bereits 1999 hat Trine Syvertsen den Begriff zur Definition des öffentlichen Rundfunks vorgeschlagen und zwar im Sinne einer Möglichkeit zur Partizipation an der öffentlichen Debatte. Graham Murdock (2005a) hat den Commons-Begriff später auf die BBC angewendet. Für ihn ist öffentlicher Rundfunk eine von mehreren Organisationen, die den Zugang zu digitalen Gemeingütern ermöglichen, nämlich zu Information, Wissen, Repräsentation, Deliberation und Partizipation. Aus diesem Grund soll die BBC, genau wie Bibliotheken und Museen, als «Digital Commons» gedacht werden, argumentiert er. Weitere Autorinnen und Autoren haben den Commons-Begriff beispielsweise auf Community Medien oder das Internet angewendet (vgl. Uzelman 2011).

Hallvard Moe (2011: 65) sieht im Konzept der Commons vor allem den Vorteil, dass er Forschende dazu anhält, die Institution des öffentlichen Rundfunks ganzheitlich zu denken:

> «It makes us capable of judging its value as comprehensive, not broken down to individual, isolated parts. The commons can also house di-

1 Dies wurde in einem kurzen Beitrag für das Public-Value-Heft des Österreichischen Rundfunks (ORF) diskutiert (Jarren/Schweizer 2015).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

verse forms of communication – from dialogic to disseminating modes.»

Er kritisierte jedoch, dass der Commons-Begriff in den bisherigen Ausarbeitungen zu breit ist und dadurch zu vage bleibt, um medienpolitische Wirkung entfalten zu können. Und in der Tat: Auch der Aufsatz von Murdock, der sich bisher am intensivsten mit der Verbindung von Commons und öffentlichem Rundfunk auseinandergesetzt hat, lässt viele Fragen unbeantwortet. Murdock liefert keinen Forschungsstand zur Verwendung des Commons-Begriffs in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft oder zum Medienbegriff in der Commons-Forschung. Auch verzichtet Murdock darauf, neben der BBC noch andere öffentliche Rundfunkorganisationen zu analysieren, obwohl es «den» öffentlichen Rundfunk weder in der Theorie noch in der Praxis gibt, sondern nur zahlreiche Beschreibungen und Interpretationen, die sich teilweise stark voneinander unterscheiden (vgl. Brants/Siune 1992: 101). Schließlich lässt Murdock die Frage unbeantwortet, ob auch andere Medienorganisationstypen «Digital Commons» sein können, obwohl diese die genannten Ressourcen zu einem gewissen Maß sicherlich auch bereitstellen. Um einen medienpolitisch verwendbaren Leitbegriff eines «Media Commons» zu entwickeln, ist es nötig, diese Lücken zu füllen.

Die vorliegende Studie hat sich den beschriebenen Forschungslücken angenommen. Konkret gibt sie eine Antwort auf folgende Forschungsfrage: Inwiefern entspricht der öffentliche Rundfunk dem Leitbegriff eines «Media Commons»? Noch konkreter: Weisen öffentliche Rundfunkorganisationen in verschiedenen Ländern die Merkmale eines «Media Commons» auf? Die vorliegende Studie beantwortet diese Fragen sowohl theoretisch als auch empirisch: Einerseits wird auf Basis von Forschungsliteratur der Leitbegriff eines «Media Commons» entwickelt und für die Analyse von Medienorganisationen anwendbar gemacht. Andererseits wird im Ländervergleich geprüft, ob öffentliche Rundfunkorganisationen die Merkmale eines «Media Commons» aufweisen oder nicht. Im Folgenden werden beide Schritte genauer beschrieben.

1.1 Erarbeitung des neuen Leitbegriffs der «Media Commons»

Das erste Ziel dieser Studie ist, die Verbindung zwischen Medien und Commons zu prüfen. Ein Commons ist, wie bereits einleitend erwähnt, eine Ressource, die wir teilen und die uns vor soziale Dilemmata stellt (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 3). Man könnte nun einwenden, dass diese Beschrei-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

bung sowieso auf den Medienbereich zutrifft. Denn Journalismus ist ein Unterfangen, das nur gemeinschaftlich realisiert werden kann und nur durch gesellschaftliche Beteiligung eine Wirkung hat. Auch stellt uns die Medienfinanzierung, -produktion und -nutzung vor allerlei soziale Dilemmata. Medien bzw. Journalismus könnten also, ohne weiter in die Tiefe zu gehen, gleich zu «Media Commons» erklärt werden, ohne dass dies Widerstand auslösen würde. Doch eine solch vage Beschreibung ist, wie gesagt, für die Medienpolitik nicht fruchtbar. Der neue Leitbegriff wird deshalb in den nächsten Kapiteln konkretisiert und ausgearbeitet. Im Hinblick darauf werden hier drei definitorische Herausforderungen besprochen, die nicht den Begriff der Commons betreffen – dieser wird später diskutiert (siehe Kapitel 3) –, sondern den Begriff der Medien.

Eine erste Herausforderung betrifft die **Definition des Medienbegriffs**, der ja einen der zwei Bestandteile von «Media Commons» ausmacht. Gemäß Lasswell (1960: 17) geht es im Medienbereich um diese Frage: «Who says what in which channel to whom with what effect?». Gemäß Saxer (1999: 6) sind Medien hingegen «komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen». Diese Gegenüberstellung zeigt, dass Medien eine symbolische und eine materielle bzw. eine inhaltliche und eine strukturelle Seite haben. Die vorliegende Studie geht davon aus, dass Medieninhalte per se geteilte Ressourcen sind und deshalb beispielsweise als «Cultural Commons», «Information Commons», oder – wenn sie von einer Medienorganisation stammen – grundsätzlich auch als «Media Commons» beschrieben werden können. Medienorganisationen können hingegen materiell bzw. strukturell sehr unterschiedlich ausgestaltet sein. Ihre Entsprechung mit dem Leitbegriff eines «Media Commons» ist deshalb die offene Frage, die hier generell und am Beispiel des öffentlichen Rundfunks geprüft werden soll.

Eine zweite Herausforderung betrifft die **Definition des öffentlichen Rundfunks**, dessen Institutionalisierung in dieser Studie im Zentrum steht. Gemäß Saxer (2005: 13) ist der öffentliche Rundfunk ein «besonders komplexer Beobachtungsgegenstand». Für Unsicherheit sorgt vor allem der Begriff «öffentlich». Gemäß Syvertsen (vgl. 1999: 6–7) sind drei Deutungen denkbar: Öffentlich kann die Bereitstellung eines Gutes durch die öffentliche Hand («public utility») meinen, einen Dienst für die Öffentlichkeit als ein Publikum («the public»), oder die Möglichkeit zur Teilhabe an einer gemeinschaftlichen, öffentlichen Sphäre («public sphere»). Während die erste Deutung den öffentlichen Rundfunk als Aufgabe des Staates denkt, zielen die anderen beiden Deutungen auf das ab, was Jarren et al. (2001: 43–44) eine «gesellschaftliche Medienorganisation» nennen. Die vorliegen-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

de Studie denkt den öffentlichen Rundfunk ebenfalls als gesellschaftliche Medienorganisation, die den Zugang zu einer öffentlichen Sphäre ermöglicht, und diskutiert dabei auch die Rolle des Staates.

Eine dritte Herausforderung betrifft die **Definition des Fachs**, die zur Abgrenzung des Forschungsstands benötigt wird. Die Publizistikwissenschaft, die sich traditionell mit der öffentlichen Kommunikation befasst, entgrenzt sich immer stärker hin zur Kommunikationswissenschaft (vgl. Beck 2013: 163–164, Bentele 2013: 227). Neben der gesellschaftlichen, öffentlichen Kommunikation untersuchen Publizistikwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler immer häufiger auch die interpersonale, private Kommunikation. Dies ist sinnvoll, denn die beiden Sphären lassen sich immer schwieriger voneinander trennen. Gleichzeitig grenzt man sich in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft aber nach wie vor von der Medienwissenschaft ab, die sich der Gestaltung und Ästhetik von Medieninhalten widmet (vgl. Averbeck-Lietz 2013: 286). Eine medienwissenschaftliche Betrachtung der Commons würde folglich inhaltliche Elemente und die Praktiken des Teilens und des gemeinschaftlichen Erlebens beleuchten. Eine kommunikationswissenschaftliche Betrachtung könnte hingegen die bei der kollektiven Nutzung jeder denkbaren Ressource stattfindenden Kommunikationsprozesses analysieren. In der vorliegenden, publizistikwissenschaftlich orientierten Studie interessiert jedoch spezifisch die kollektive Organisation der öffentlichen Kommunikation.

Der **theoretische Teil dieser Arbeit** ist wie folgt aufgebaut: Im zweiten Kapitel wird der öffentliche Rundfunk, und damit der Untersuchungsgegenstand dieser Studie, beschrieben. Es wird auf seine Definition, seine Geschichte und seine Begründung im digitalen Zeitalter eingegangen. Das dritte Kapitel gibt dann einen Überblick über die Commons-Forschung. Hier werden insbesondere Ansätze der «Commons of the Mind» und Studien im Bereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vorgestellt. Das Kapitel schließt mit der Diskussion einiger «konzeptioneller Stolpersteine» und mit einem Vorschlag von fünf Perspektiven zur Analyse von «Media Commons»[2]. Im vierten Kapitel werden diese fünf Perspektiven mit Forschungsliteratur aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft verknüpft. So werden insgesamt 18 Merkmale eines «Media Commons» erarbeitet und entsprechende Forderungen an Medienorganisationen formuliert. Zudem werden sieben Thesen aufgestellt: Vier Institutionalisierungsthesen zur Eignung des öffentlichen Rundfunks als «Media

2 Eine frühere Version dieser fünf Perspektiven wurde im siebten Sammelband der RIPE-Initiative (vgl. Schweizer 2016) publiziert.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Commons» und drei Vergleichsthesen zu Kontextfaktoren, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen öffentlichen Rundfunkorganisationen erklären könnten.

1.2 Vergleichende Analyse öffentlicher Rundfunkorganisationen

Das zweite Ziel dieser Studie ist eine empirische Analyse öffentlicher Rundfunkorganisationen. Anhand der im theoretischen Kapitel erarbeiteten Merkmale eines «Media Commons» wird geprüft, ob Organisationen in verschiedenen Ländern dem neuen Leitbegriff entsprechen oder nicht. Vergleichende Forschung bietet sich im Bereich des öffentlichen Rundfunks an: Trotz ihrer teilweise unterschiedlichen Ausgestaltung haben öffentliche Rundfunkorganisationen zumindest in westlichen Ländern eine ähnliche Geschichte, und sie müssen jeweils auf die gleichen Trends und Veränderungen reagieren (vgl. Raats/Pauwels 2011: 23). Deshalb ist auch die Nachfrage nach solchen vergleichenden Studien groß:

> «The trend in media regulation towards increased accountability of public broadcasting performance, together with the need for broadcasters to emphasize their relevance and legitimize their activities based on empirical evidence, brought about a renewed research interest in comparative perspectives» (Raats/Pauwels 2011: 24).

Zur Strukturierung der empirischen Analyse werden in dieser Studie die vier von Puppis (2010: 96–99) vorgeschlagenen Schritte der vergleichenden Medienpolitikforschung benutzt. Im Folgenden werden diese kurz beschrieben und dabei gleichzeitig ein Überblick über die Kapitel in der zweiten Hälfte dieses Buches gegeben. Dazu gehört auch ein kurzer Ausblick auf die Ergebnisse der vergleichenden Analyse.

Der erste Schritt der vergleichenden Analyse ist die **Fallauswahl** (siehe Kapitel 5.1). Grundsätzlich werden in dieser Studie öffentliche Rundfunkorganisationen in westlichen Ländern untersucht, darunter Fälle aus Europa, Australien, Neuseeland und Kanada. Es wurde bewusst entschieden, möglichst viele Länder und Organisationen zu analysieren. Außerdem werden nicht nur die «üblichen Verdächtigen» (vgl. Raats & Pauwels 2011: 20) untersucht, sondern alle nationalen öffentlichen Rundfunkorganisationen. So wird beispielsweise in Großbritannien nicht nur die BBC, sondern auch Channel 4 und der walisische Sender S4C angeschaut. Die Fallauswahl orientiert sich grundsätzlich an einem Projekt, dass die Autorin gemeinsam mit Manuel Puppis im Auftrag des Schweizerischen Bundesam-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tes für Kommunikation (BAKOM) durchgeführt hat (vgl. Puppis/Schweizer 2015) und in dem die Definition des Service public in 18 westlichen Mediensystemen untersucht wurde. Die vorliegende Studie übernimmt die dort vorgenommene Länderauswahl mit Ausnahme der USA – entsprechend werden 30 Organisationen in sechzehn Ländern untersucht.

Der zweite Schritt der vergleichenden Analyse ist die Festlegung der **Vergleichsdimensionen** (siehe Kapitel 5.2). Die Vergleichsdimensionen basieren auf den bereits im theoretischen Teil der Arbeit festgelegten fünf Perspektiven zur Analyse von «Media Commons» – Aufgabe, Organisationsstruktur, Kollaboration, Zugang zu Inhalten und Outcome – und den dazu erarbeiteten Merkmalen und konkreten Forderungen an Medienorganisationen. Die Merkmale werden nun operationalisiert, und es wird eine dreistufige Skala zur Evaluation von Medienorganisationen vorgeschlagen. Je nachdem, ob bei einer Medienorganisation ein Merkmal vorhanden oder nicht vorhanden bzw. stark oder schwach ausgeprägt ist, erhält sie dafür das Prädikat «Media Commons», «Grenzfall» oder «Tragödie».

Der dritte Schritt der vergleichenden Analyse ist die **Datenerhebung und -auswertung** (siehe Kapitel 5.3). Die Methode der Dokumentenanalyse wird erklärt und die dafür benutzten Dokumente beschrieben: Radio- und TV-Gesetze und Lizenzen, Berichte des öffentlichen Rundfunks, Studien und wissenschaftliche Publikationen. Auch die Websites der öffentlichen Rundfunkorganisationen werden als Dokument interpretiert. Obwohl es sich bei der Dokumentenanalyse um die Standardmethode der Medienpolitikforschung handelt (vgl. Karppinen/Moe 2012: 179) und sich gerade der öffentliche Rundfunk gut über Dokumente erfassen lässt (vgl. Woldt 2005: 302), hat die Methode selbstverständlich ihre Grenzen. Diese werden im abschließenden achten Kapitel diskutiert. Die Ergebnisse der Analyse werden im sechsten Kapitel präsentiert. Sie zeigen, dass der öffentliche Rundfunk einige, aber nicht alle Merkmale eines «Media Commons» aufweist.

Der vierte und letzte Schritt der vergleichenden Medienpolitikforschung ist der **eigentliche Vergleich** (siehe Kapitel 7). Viele medienpolitische Arbeiten haben zwar Länderkapitel, verzichten jedoch am Schluss auf den eigentlichen Vergleich der Ergebnisse (Livingstone 2003: 481). Zudem versuchen vergleichende medienpolitische Studien oft nicht, die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu erklären bzw. zu kontextualisieren (Puppis/d'Haenens 2012: 229). Beides wird in der vorliegenden Arbeit gemacht. Es zeigt sich, dass ein Drittel der 30 untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen – ARD, BBC, NPO, NRK, RTÉ, SR, SRG, SVT, TG4 und Yle – insgesamt den Status eines «Media Commons» erreichen. Alle anderen un-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tersuchten Organisationen werden als «Grenzfall» eingestuft, keine als «Tragödie». Der öffentliche Rundfunk entspricht bei der Organisationsstruktur, beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome in der Regel einem «Media Commons», nicht jedoch bei der Kollaboration. Es zeigt sich zudem, dass öffentliche Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatistischen, kleinen und wohlhabenden Ländern eher einem «Media Commons» entsprechen, als solche in liberalen, großen und weniger wohlhabenden Ländern.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

2 Der öffentliche Rundfunk im digitalen Zeitalter

In dieser Studie wird nicht nur der neue Leitbegriff eines «Media Commons» entwickelt, es wird auch geprüft, ob der öffentliche Rundfunk als Institution generell, bzw. die öffentlichen Rundfunkorganisationen in verschiedenen Ländern diesem entsprechen. Eine Schwierigkeit bei diesem Vorhaben liegt darin, dass es sich beim öffentlichen Rundfunk um einen «besonders komplexen Beobachtungsgegenstand» (Saxer 2005: 13) handelt, der sich nicht so einfach beschreiben oder analysieren lässt. Gemäß Brants und Siune (1992: 101) liegt das nicht nur daran, dass der öffentliche Rundfunk in jedem Land etwas anders ausgestaltet ist, sondern auch an unterschiedlichen Konzeptualisierungen:

> «Public broadcasting (…) is relatively lacking in norm: in fact, there is no uniformity even in the terminology used. Quality, accountability, non-commerciality, access, all seem to be elements of the treasured public broadcasting system. Different actors, however, emphasize different elements.»

Der öffentliche Rundfunk kann sowohl als politisches Projekt (vgl. Moe 2008: 329), als Regulierungsmodell (vgl. Jarren et al. 2002: 27–29), als System (vgl. Brants/Siune 1992: 101) oder als ein spezifischer Medienorganisationstyp verstanden werden. Diese verschiedenen Beschreibungen schließen sich gegenseitig nicht aus. Ihre Wahl gibt einen Hinweis dazu, aus welcher Perspektive der Untersuchungsgegenstand besprochen wird, und welchen Hintergrund die Personen haben, die ihn untersuchen.

Die eigentliche Schwierigkeit liegt gemäß Thomaß (2007: 77) darin, dass sich die Bezeichnung «öffentlicher Rundfunk» sowohl auf ein Ideal als auch auf eine bestehende Institution bezieht, sie also eine theoretische und eine empirische Deutung hat. Syvertsen (vgl. 2003: 170) argumentiert, dass Ideal und Institution ursprünglich einmal identisch waren: Damals, als die europäischen Regierungen den Rundfunk als öffentlich finanziertes Monopol im Radiobereich implementierten (siehe Kapitel 2.2.1). Während die Beschreibung des öffentlichen Rundfunks damals noch keine Probleme bereitete, finden wir heute in verschiedenen Ländern ganz unterschiedliche institutionelle Ausgestaltungen (vgl. McQuail 2005: 179). Dies erschwert nicht nur die Definition der institutionellen Merkmale, die der öffentliche Rundfunk aufweisen sollte, um als solcher zu gelten, sondern

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

auch eine begründete Auswahl für eine vergleichende Analyse öffentlicher Rundfunkorganisationen.

Dieses Kapitel hat mehrere Ziele: Als Erstes wird der öffentliche Rundfunk, wie von Jarren et al. (2001) vorgeschlagen, auf zwei Arten beschrieben – anhand der inhaltlichen Leistungen, die von ihm erwartet werden, und anhand seiner strukturellen Merkmale. Dabei werden auch die wichtigsten Abgrenzungs- und Auswahlprobleme diskutiert. Dann wird die Entwicklungsgeschichte des öffentlichen Rundfunks zusammengefasst, von seinen Anfängen als Monopolradio, über die Marktliberalisierung bis zum digitalen Zeitalter. Schließlich wird gezeigt, wie der öffentliche Rundfunk – auch im digitalen Zeitalter – begründet werden kann, und zwar aus einer ökonomischen und einer gesellschaftlichen Perspektive.

2.1 Die Definition des öffentlichen Rundfunks

Wie bereits erwähnt, gibt es keine kurze und knackige Definition des öffentlichen Rundfunks. Versuche, ihn zu definieren, enden jeweils in einer längeren Beschreibung, die verschiedene institutionelle Merkmale enthält, die mit dem öffentlichen Rundfunk assoziiert werden. Die Beschreibungen von Barbara Thomaß (2007) und Denis McQuail (2005) illustrieren dieses Phänomen eindrücklich:

> «Public Service Broadcasting ist eine Rundfunkorganisation, die Markt- und Staatsferne zu vereinbaren versucht, um unabhängige Information, Bildungs- und Kulturangebote für die gesellschaftliche Kommunikation bereitzustellen. Sie wird von einer entsprechenden Gesetzgebung getragen, die ihr einen gewissen Schutz vor den Marktkräften gewährt und ihr im Gegenzug dafür bestimmte Verpflichtungen im Dienst der Öffentlichkeit abverlangt» (Thomaß 2007: 78).

> «[…], public service broadcasting refers to a system that is set up by law and generally financed by public funds (often a compulsory licence paid by households) and given a large degree of editorial and operating independence. The general rationale for such systems is that they should serve the public interest by meeting the important communication needs of society and its citizens, as decided and reviewed by way of the democratic political system.» (McQuail 2005: 178)

Die Beschreibungen sind sich insgesamt sehr ähnlich: Beide erwähnen eine kollektive Finanzierung, Unabhängigkeit vom Staat, einen gesellschaftlichen Leistungsauftrag, eine Gesetzgebung, auf der dieser Auftrag basiert

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

und die öffentliche Kommunikation, die durch die Organisation bzw. das System ermöglicht wird. Anders als McQuail erwähnt Thomaß zudem inhaltlichen Genres, die der öffentliche Rundfunk bereitstellen soll: Information, Bildung und Kultur.

Jarren et al. (vgl. 2001: 43) haben vorgeschlagen, bei der Beschreibung des öffentlichen Rundfunks zwischen zwei Herangehensweisen zu unterscheiden: Einerseits werden vom öffentlichen Rundfunk gewisse inhaltliche Leistungen erwartet. In der Regel sind dies Inhalte, die im Angebot privat-kommerzieller Medienorganisationen nicht vorkommen – beispielsweise die von Thomaß' erwähnten Informations-, Bildungs- oder Kulturangebote. Andererseits können strukturelle und organisationale Merkmale des öffentlichen Rundfunks herausarbeitet werden, wie beispielsweise die öffentliche Finanzierung. Beide Möglichkeiten zur Beschreibung des öffentlichen Rundfunks werden nun kurz erläutert.

2.1.1 Die inhaltliche Beschreibung des öffentlichen Rundfunks

Die erste Möglichkeit, den öffentlichen Rundfunk zu beschreiben, ist anhand der inhaltlichen Leistungen, die man von ihm erwartet und die in seinem Auftrag grob beschrieben werden. Thomaß (vgl. 2007: 78) zählt in ihrer Definition drei Genres auf: Information, Bildungs- und Kulturangebote. Diese erinnern an die drei Funktionen, die der erste Generaldirektor der British Broadcasting Corporation (BBC), John Reith, nannte und die nach wie vor als Mantra des öffentlichen Rundfunks gelten: «to inform, to educate, to entertain». Gemäß Jarren et al. (vgl. 2002: 28) sollen öffentliche Rundfunkorganisationen zudem einen Beitrag zur Schaffung einer informierten, aufgeklärten und demokratischen Gesellschaft übernehmen.

Inhaltliche Leistungsaufträge für öffentliche Rundfunkorganisationen bestehen also aus mindestens drei Elementen: Erstens werden Genres aufgezählt, die bereitgestellt, zweitens werden Funktionen genannt, die erfüllt und drittens werden gesellschaftliche Ziele formuliert, die erreicht werden sollen, wobei klar ist, dass sich Funktionen und gesellschaftliche Ziele nicht nur durch die Genres des gleichen Namens erfüllen bzw. erreichen lassen. Dies lässt sich gut anhand einer weiteren Aussage des ersten BBC-Generaldirektors John Reith illustrieren: «(…) in a sense, the object of all programmes is to entertain» (Briggs 1961: 251). Wobei Reith nicht die Art von Unterhaltung vorschwebte, die ein netter Zeitvertreib ist. Er hatte auch an unterhaltende Sendungen einen gewissen Anspruch:

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

> «Yet he felt that 'entertainment', pure and simple, quickly grows tame; dissatisfaction and boredom result. It would be a sad reflection on human intelligence, he stated, if entertainment, in the accepted sense of the word, was thought to be the only means for 'occupying hours agreeably'» (ebd.).

In der Literatur (vgl. Blumler 1993: 405–407, Brants/Siune 1992: 102, McQuail 2005: 179–180, Tracey 1998: 26–32) werden neben Genres, Funktionen und gesellschaftlichen Zielen weitere Punkte aufgezählt, die üblicherweise im Leistungsauftrag öffentlicher Rundfunkorganisationen enthalten sind. Konkret sind dies spezifische Merkmale des Journalismus, die Machart seiner Programme und inhaltliche Einschränkungen. Insgesamt ergibt sich daraus die folgende, nicht abschließende Liste:

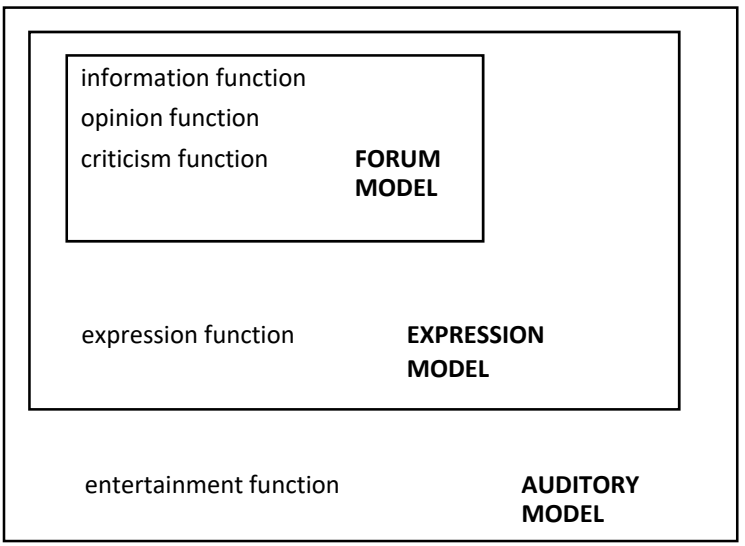
- **Genres und Formate**: Informations- und Bildungssendungen, Nachrichten, «Current Affairs», Dokumentationen, Debatten, Kinderprogramme.
- **Funktion und Ziele**: den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken, regionale/nationale/europäische Identität fördern, zur kulturellen Vielfalt beitragen, die Teilnahme der Bürgerinnen und Bürger in der Demokratie ermöglichen, Minderheiten berücksichtigen.
- **Merkmale des Journalismus**: investigativ, vielfältig, objektiv, ausgewogen, unabhängig, fair, gemäß ethischer Standards.
- **Machart**: qualitativ hochwertig, innovativ, kreativ.
- **Einschränkungen**: Verbote von Gewalt oder Pornografie, Beschränkung von Werbeformen und Werbedauer.

Die in den Leistungsaufträgen genannten Genres werden von Forschenden auch zur Kategorisierung öffentlicher Rundfunkorganisationen oder -systeme genutzt. Hultén und Brants (vgl. 1992: 118) und Achille und Miège (vgl. 1994: 34) unterscheiden beispielsweise drei mögliche Strategien öffentlicher Rundfunkorganisationen, um auf die privat-kommerzielle Konkurrenz zu reagieren: Purifikation, Adaption und Kompensation (siehe Kapitel 2.2.2). Van Cuilenburg und Slaa (vgl. 1993: 169) haben hingegen auf Basis der Funktionen drei medienpolitische Modelle öffentlicher Rundfunkorganisationen bzw. ihres Mediensystems vorgeschlagen (siehe Abbildung 1): In stark kommerzialisierten Mediensystemen dürfen öffentliche Rundfunkorganisationen nur die Informations-, Meinungsbildungs- und Kritikfunktion übernehmen («Forum Model»). In Ländern mit einem öffentlichen Monopol dürfen sie zusätzlich Kultur, Bildung, Sport und Unterhaltung anbieten («Audience Model»). In Ländern mit dualem System

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

wird ein Mittelweg gewählt, indem die Unterhaltung eingeschränkt wird («Expression Model»).

Abbildung 1 Modelle des öffentlichen Rundfunks gemäß seinen Funktionen



Quelle: nach van Cuilenburg/Slaa 1993: 169

Zentral bei der Formulierung des Leistungsauftrags für den öffentlichen Rundfunk ist schließlich also auch die Frage, welche Rolle der Massengeschmack und die Interessen des Publikums spielen sollen. BBC-Generaldirektor Reith hat das Publikum gemäß Briggs (vgl. 1961: 239) nie als Masse bezeichnet und es auch nicht in Konsumentengruppen mit bestimmten Präferenzen eingeteilt. Stattdessen habe er sich das Publikum als eine Gruppe von Individuen mit Entwicklungspotenzial vorgestellt. Dabei vertrat er, gemäß einem überlieferten Statement, bewusst eine äußerst paternalistische Haltung (Briggs 1961: 238):

> «It is occasionally indicated to us that we are apparently setting out to give the public what we think they need – and not what they want – but few know what they want and very few what they need. In any case it is better to over-estimate the mentality of the public than to underestimate it.»

Diese paternalistische Haltung ist auch heute noch ein inhaltliches Merkmal des öffentlichen Rundfunks. Gemäß Kiefer (vgl. 1996: 9) unterschei-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

det sich die konzeptionelle Vorstellung zu den «Leistungsempfängern» deshalb klar zwischen öffentlichem und privat-kommerziellem Rundfunk. Beim öffentlichen Rundfunk handelt es sich um Bürgerinnen und Bürger und nicht um Kundinnen und Kunden. Entsprechend soll sich der öffentliche Rundfunk auch nicht hauptsächlich an individuellen Interessen oder der Publikumsnachfrage orientieren, sondern stattdessen den selbstauferlegten Qualitätsansprüchen folgen.

2.1.2 Die strukturelle Beschreibung des öffentlichen Rundfunks

Die zweite Möglichkeit, den öffentlichen Rundfunk zu beschreiben, ist anhand seiner strukturellen Merkmale bzw. seiner Organisationsform. In der Literatur (vgl. Brants/Siune 1992: 102, Jarren et al. 2001: 48–19, Kiefer 1996: 9–10, McQuail 2005: 180, Puppis 2010: 201f., Thomaß 2007) werden in der Regel folgende Merkmale aufgezählt: Auftrag, Universalität, Non-Profit-Organisation, öffentliche Finanzierung, Rechenschaftspflicht, und Unabhängigkeit. Anhand dieser Merkmale lassen sich öffentliche Rundfunkorganisationen idealtypisch von privat-kommerziellen Anbietern unterscheiden. Dies zeigt sich auch in der Übersicht von Kiefer (vgl. 1996: 9–10), die beide Organisationstypen gegenüberstellt (siehe Tabelle 1).

Wie bereits im vorigen Kapitel diskutiert (siehe Kapitel 2.1.1), hat der öffentliche Rundfunk einen **Auftrag**, der ihn zu bestimmten inhaltlichen Leistungen verpflichtet. Dieser besteht aus einer Aufzählung von Genres, Zielen, Funktionen, Angaben zur journalistischen Produktion und inhaltlichen Einschränkungen. Der Leistungsauftrag ist in der Regel gesetzlich festgelegt und wird oft in Lizenzen oder Managementverträgen konkretisiert. In diesen Dokumenten sind zudem die strukturellen Merkmale festgelegt, die hier diskutiert werden.

Der öffentliche Rundfunk wird flächendeckend verbreitet, sodass alle Einwohnerinnen und Einwohner eines Landes potenziell Zugang zu seinen Inhalten haben. Gleichzeitig soll das Programm auch inhaltliche **Universalität** aufweisen – das heißt, es werden alle Bevölkerungsteile angesprochen und nicht etwa nur bestimmte Zielgruppen. Der öffentliche Rundfunk darf also weder geografisch noch inhaltlich ein Spartenfernsehen sein, sondern muss eine an alle gerichtete Vollversorgung liefern.

Der öffentliche Rundfunk ist eine **Non-Profit-Organisation**. Das heißt, der öffentliche Rundfunk ist zwar zu einer guten Haushaltsführung verpflichtet, es gehört aber nicht zu seinen Zielen, Gewinne zu machen und diese auszuschütten. Der Verzicht auf Profiterzielung darf jedoch nicht mit

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

einem Verzicht auf kommerzielle Einkünfte gleichgesetzt werden. Bei den meisten öffentlichen Rundfunkorganisationen sind in der Regel Einkünfte aus der Werbung und Programmverkäufen vorgesehen.

Der öffentliche Rundfunk weist in der Regel eine **öffentliche Finanzierung** auf. Diese ermöglicht ihm eine gewisse Planungssicherheit und bietet einen «Schutz vor den Marktkräften» (Thomaß 2007: 78). Das heißt, der öffentliche Rundfunk kann seine Sendungen auch unabhängig von Marktüberlegungen produzieren. Die öffentliche Finanzierung ist entweder die Haupteinnahmequelle des öffentlichen Rundfunks oder sie ist Teil einer Mischfinanzierung, die zusätzlich Werbegelder beinhaltet.

Der öffentliche Rundfunk hat gegenüber den Rezipientinnen und Rezipienten, aber auch gegenüber der Gesamtgesellschaft eine **Rechenschaftspflicht**. Diese sogenannte «Accountability» ist in den letzten Jahren wichtiger geworden und bezieht sich nicht auf die Quote, bzw. den «Markt als System der Handlungskoordination» (vgl. Brants/Siune 1992: 102). Rechenschaft wird hier vor allem verstanden als eine Pflicht zur Transparenz und zu demokratischen Mitsprachemöglichkeiten.

Tabelle 1 Idealtypische Unterscheidung von Rundfunkorganisationen

	Privat-kommerzieller Rundfunk	**Öffentlicher Rundfunk**
Organisationsform	For-Profit-Organisation	Non-Profit-Organisation
Organisationszweck	Gewinnmaximierung	Erfüllung Programmauftrag
Normatives Ziel	Individuelle Nutzenmaximierung	Gesellschaftliche Nutzenmaximierung
Leistung/Angebot	orientiert an Nachfrage	gemäß Programmauftrag
Versorgungsgrad	gemäß Rentabilität	Vollversorgung
Leistungsempfänger	Kundin, Kunde	Bürgerin, Bürger
Finanzierung	Werbung	öffentliche Mittel/Werbung

Quelle: nach Puppis 2010: 205 (vereinfacht nach Kiefer 1996: 9)

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Der öffentliche Rundfunk muss seine inhaltliche **Unabhängigkeit** bewahren und zwar durch «Markt- und Staatsferne» (Thomaß 2007: 78). Während die Abhängigkeit von Marktüberlegungen vor allem bei werbefinanziertem öffentlichem Rundfunk droht, ist politischer Einfluss grundsätzlich auch über die Organisationsstruktur denkbar – etwa über die öffentliche Finanzierung oder über die Wahl der Generaldirektion.

Wie im nächsten Kapitel beschrieben wird, hat die institutionelle Umwelt des öffentlichen Rundfunks einen starken Einfluss auf seine Ausgestaltung. Und diese Umwelt ist seit der Gründungszeit im Wandel. Während der gesellschaftliche Auftrag, die Non-Profit-Orientierung, die Rechenschaftspflicht und die Unabhängigkeit nach wie vor unbestritten wichtige strukturelle Merkmale des öffentlichen Rundfunks sind, sorgen das Universalitätsgebot und die öffentliche Finanzierung angesichts neuer Mediennutzungspraktiken im digitalen Zeitalter für Diskussionsbedarf.

Abschließend muss zudem gesagt werden, dass weder die inhaltliche noch die strukturelle Beschreibung allein ausreichen, um den öffentlichen Rundfunk zu definieren. Wie Puppis (vgl. 2010: 202) richtig bemerkt, kann man den öffentlichen Rundfunk nicht allein über seine inhaltlichen Leistungen bestimmen, ohne dass über jeder Sendung ein Damoklesschwert schwebt, oder aber privat-kommerzielle Medienorganisationen ebenfalls einen Service-public-Status für ihre Sendungen geltend machen können. Auch eine Liste struktureller Merkmale reicht allein nicht aus, denn sie gäbe den öffentlichen Rundfunkorganisationen einen inhaltlichen Freipass: Alle produzierten Inhalte einer Organisation, die aufgrund ihrer strukturellen Merkmale als öffentlicher Rundfunk gilt, wären dann automatisch Service public. Jarren et al. (2001: 61–70) argumentieren deshalb, dass man den öffentlichen Rundfunk auch als «Beziehungsnetzwerk» denken soll, dessen Definition und Ausgestaltung in einem fortwährenden gesellschaftlichen Aushandlungsprozess in jedem Land individuell festgelegt werden.

2.1.3 In der Praxis: Abgrenzungsprobleme und «übliche Verdächtige»

Weil sich der öffentliche Rundfunk nur schwer definieren lässt, werden in der Forschungspraxis oft die «üblichen Verdächtigen» (vgl. Raats/Pauwels 2011: 20) untersucht, also diejenigen öffentlichen Rundfunkorganisationen, die auch andere Studien für die Analyse ausgewählt haben. Bei einer detaillierteren Betrachtung zeigen sich eine Reihe von Abgrenzungsproblemen gegenüber anderen Medienorganisationen. Zudem ergeben sich Aus-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

wahlprobleme aufgrund der unterschiedlichen Ausgestaltung des öffentlichen Rundfunks in verschiedenen Ländern. Im Hinblick auf die Auswahl öffentlicher Rundfunkorganisationen für diese Studie (siehe Kapitel 5.1) werden diese Abgrenzungs- und Auswahlprobleme kurz skizziert.

Die erste Schwierigkeit ist die Abgrenzung des öffentlichen Rundfunks gegenüber anderen Typen von Medienorganisationen. Am ehesten gelingt diese Abgrenzung – wie in diesem Kapitel bereits diskutiert wurde – gegenüber den **privat-kommerziellen Medienorganisationen**. So ist beispielsweise das Kriterium der Non-Profit-Orientierung ein klares Signal. Andere Kriterien sind in der Praxis jedoch weniger geeignet: Auch private Rundfunkorganisationen haben im Rahmen ihrer Lizenzen oft einen Leistungsauftrag und gewisse Rechenschaftspflichten, außerdem erhalten auch sie in einigen Ländern öffentliche Mittel, beispielsweise aus dem «Gebührensplitting».

Eine klare Grenze lässt sich auch nicht immer ziehen zwischen öffentlichem Rundfunk und **Community Medien**, was vor allem daran liegt, dass sich auch dieser Medientyp nur schwer definieren lässt. Gemäß Carpentier, Lie und Servaes (2003) zeichnen sich Community Medien durch ihre Nähe zu einer bestimmten Community aus, bieten eine Alternative zu den «Mainstream Media», sind Teil der Zivilgesellschaft, und verlinkt mit allen Ebenen der Gesellschaft. Carpentier, Lie und Servaes (2003: 254) fordern denn auch gar nicht, dass Community Medien klarer vom öffentlichen Rundfunk abgegrenzt werden, sondern schlagen vor, die beiden Medienorganisationstypen stärker zu verbinden, um Synergien zu nutzen.

Zunehmend schwierig ist schließlich auch die Abgrenzung gegenüber Organisationen, die nicht per se als Medienorganisationen gelten. Gemäß Donders (vgl. 2012: 19) geht man heute davon aus, dass neben dem öffentlichen Rundfunk auch **andere öffentliche Institutionen** «Public Services» bereitstellen, beispielsweise Museen oder Bibliotheken. Auch die sozialen Medien und die Video-Sharing-Plattformen entwickeln sich im Moment in Richtung der Medienorganisationen (vgl. Bridge 2018) – hier könnte es in Zukunft zunehmend zu Abgrenzungsproblemen kommen.

Eine weitere Herausforderung für die Fallauswahl ist die **unterschiedliche Anzahl** an öffentlichen Rundfunkorganisationen in verschiedenen Ländern. So werden in einigen Ländern öffentliches Radio und öffentliches Fernsehen von zwei getrennten Organisationen erbracht (zum Beispiel Radio France und France Télévisions in Frankreich), oder es gibt neben dem «eigentlichen» öffentlichen Rundfunk eine weitere Organisation, die eine sprachliche oder kulturelle Minderheit bedient (zum Beispiel der Māori Television Service in Neuseeland) oder einen speziellen Zweck er-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

füllt (zum Beispiel Channel 4 für unabhängige Produktionen in Großbritannien). Öffentliche Rundfunkorganisationen für eine nationale Minderheit könnte man zudem auch als Community Medien interpretieren.

Schließlich ist auch die **geografische Ebene** eine Herausforderung für die Fallauswahl: In manchen Fällen bestehen nationale öffentliche Rundfunkorganisationen aus regionalen Zubringern (zum Beispiel die SRG in der Schweiz), oder es gelten zusätzlich zum nationalen auch einige regionale Sender als öffentlicher Rundfunk (zum Beispiel in den Niederlanden). Etwas einfacher erscheint die Abgrenzung hingegen gegenüber den transnationalen Netzwerken aus nationalen öffentlichen Rundfunkorganisationen (zum Beispiel Arte, 3SAT oder TV5 Monde). Eine eindeutige Auswahl öffentlicher Rundfunkorganisationen ist jedoch generell kaum möglich, und es ist somit ist verständlich, warum oft die «üblichen Verdächtigen» untersucht werden.

2.2 Die Geschichte des öffentlichen Rundfunks

Der öffentliche Rundfunk existiert nicht im luftleeren Raum, sondern wird durch politische, ökonomische, kulturelle und technische Veränderungen in seiner Umwelt geprägt (vgl. Puppis 2010: 56). Raats und Pauwels (vgl. 2011: 20) beschreiben diesen Kontext als ein komplexes Zusammenspiel von Akteuren und Gegebenheiten innerhalb und außerhalb der Organisationsgrenzen. Unter Forschenden herrscht Einigkeit darüber, dass sich die Entwicklung des öffentlichen Rundfunks aufgrund dieser kontextuellen Bedingungen in drei Phasen einteilen lässt: Eine erste Phase der öffentlichen Monopole dauerte von der Gründung bis etwa in die 1970er-Jahre (vgl. Donders 2012: 9–13). Mit der Zulassung privater Anbieter setzte dann eine Phase der Marktliberalisierung ein (ebd. 13–18). Diese wurde Anfang der 1990er-Jahre von einer dritten Phase abgelöst, die gemäß Donders (vgl. ebd. 19–24), von vielen Autorinnen und Autoren «digitales Zeitalter» genannt wird. Donders (vgl. ebd. 19) selbst spricht von einem «New Media Environment». Diese drei Phasen werden im Folgenden besprochen.

2.2.1 Die Anfänge als Monopolradio

Das europäische Public Service Modell der Rundfunkregulierung entstand in den 1920er-Jahren in Großbritannien (vgl. Jarren et al. 2002: 27). 1922 hat eine Gruppe britischer Radiohersteller die «British Broadcasting Com-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

pany» (BBC) gegründet, um gemeinsame Gerätestandards für die Übertragung festzulegen, und damit den Verkauf von Radiogeräten anzukurbeln – die Inhalte waren in dieser Zeit sekundär (vgl. Briggs 1961: 107–123). Die «Company» wurde 1927 auf Initiative ihres ersten Generaldirektors, des Ingenieurs John C. Reith, von der Regierung in eine Korporation umgewandelt und mit einem Leistungsauftrag («Royal Charter») ausgestattet (vgl. ebd. 4–5, 21). Schon einige Jahre nach ihrer Gründung hat sich die BBC zu einer der wichtigsten britischen Institutionen entwickelt.

Generaldirektor Reith hat die BBC in seiner 15-jährigen Tätigkeit als Managing und Generaldirektor so stark geprägt, dass die Organisationsform des öffentlichen Rundfunks auch heute noch stark mit seiner Person verknüpft ist. Reiths Vorstellung vom Rundfunk als Public Service fußte auf vier Kriterien (vgl. Briggs 1961: 235–238): Die BBC sollte Geld verdienen, aber nicht «for the sake of making money» (ebd. 235), sie sollte potenziell alle Haushalte und damit die gesamte Gesellschaft erreichen, und sie sollte überall die gleichen Ideale durchsetzen («unified control»). Zudem sollten ihre Programme den höchsten Qualitätsstandards genügen. Diese institutionellen Merkmale gelten zum Teil bis heute (siehe Kapitel 2.1).

Obwohl die regelmäßige Ausstrahlung von Radioprogrammen über terrestrische Frequenzen bereits früher begann, hat sich die Organisationsform des öffentlichen Rundfunks erst nach dem Zweiten Weltkrieg in Europa ausgebreitet (vgl. Schwarzkopf 1999: 1539f.). Die Erfahrung in den Kriegsjahren hatte bei der politischen Elite den Eindruck hinterlassen, dass es sich beim Radio um ein mächtiges Propagandainstrument handelt. So wurde in den meisten westeuropäischen Ländern entschieden, den Rundfunk (und die terrestrischen Frequenzen) nicht dem Markt und damit privaten Anbietern zu überlassen, sondern öffentliche Rundfunkorganisationen zu gründen (vgl. Puppis 2010: 199). Man hoffte, so die Kontrolle über den Rundfunk zu behalten (vgl. Donders 2012: 10–11).

In der Folge wurde das britische Modell des «Public Service Broadcasting» von vielen europäischen Ländern, sowie von Ländern des Commonwealth übernommen (vgl. Schwarzkopf 1999: 1542). Europa und die aus der Kolonialzeit mit Europa verbundenen Länder (vgl. Bardoel 2008: 3952) sind denn auch bis heute das «heartland of traditional public service broadcasting» (Raboy 1995: 2). So wurde beispielsweise in Deutschland nach dem Krieg unter Anleitung der britischen Besatzung die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) nach britischem Vorbild aufgebaut – ab 1952 sendete sie ein tägliches Programm (vgl. Schwarzkopf 1999: 1542). Auch die

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Schweizerische Rundfunkgesellschaft (SRG) wurde nach dem Vorbild der BBC modelliert (vgl. Saxer/Ganz-Blättler 1998: 73).

Nicht durchsetzen konnte sich das Modell des öffentlichen Rundfunks in den USA. Hier entstanden ab 1940 zahlreiche privat-kommerzielle Sender (vgl. Liebherr 1994: 13), die später durch den Export ihrer Programme maßgeblich an der Liberalisierung des europäischen Fernsehmarkts beteiligt waren (vgl. Schwarzkopf 1999: 1542, vgl. Donders 2012: 10). Zwar gibt es auch in den USA heute öffentliche Sender, diese führen jedoch ein Nischendasein. In den nicht-westlichen Ländern Europas (das heißt in der DDR und in Osteuropa), in Asien und Afrika war der Rundfunk lange Zeit in der Hand des Staates und diente Parteiinteressen – was in einigen Ländern, z.B. in China, bis heute so ist (vgl. Schwarzkopf 1999: 1542). Tambini (2015: 1401) spricht in diesem Zusammenhang von «State Administered Broadcasting», den er klar vom öffentlichen Rundfunk abgrenzt.

2.2.2 Die Phase der Marktliberalisierung

Ab den 1970er-Jahren setzte in den westlichen Ländern eine Liberalisierungswelle ein, die auch die Medienregulierung und damit den öffentlichen Rundfunk betraf (vgl. Puppis 2010: 56f.). Ein Grund dafür war eine generelle Abkehr vom Glauben an einen interventionistischen Staat und eine Zuwendung zur Marktideologie (vgl. Donders 2012: 13). In vielen Industriezweigen wurde deshalb eine Transformation von staatlichen Monopolbetrieben[3] hin zu einem regulierten Wettbewerb eingeleitet. In der Regel wurden alle drei Schritte des «Dreischritts der Liberalisierung» (Puppis 2010: 56–59) absolviert: Die Marktöffnung für private Anbieter («Deregulierung»), die Umwandlung staatlicher in private Betriebe («Privatisierung») und schließlich die Institutionalisierung neuer Regulierung, um die Spielregeln des Wettbewerbs festzulegen («Reregulierung»). Beim öffentlichen Rundfunk hat man sich jedoch dagegen entschieden.

Im Rundfunksektor beschränkte man sich auf den ersten und dritten Schritt, die De- und die Reregulierung. Man verzichtete also auf eine Privatisierung und beschränkte sich darauf, den Markt für private Anbieter zu öffnen. So entstand in vielen Ländern ein System mit zwei Säulen: ein «duales Rundfunksystem» (vgl. Puppis 2010: 58, Brants/Siune 1992: 106). Diese Deregulierung fand in verschiedenen Ländern zu unterschied-

3 Dies gilt zumindest für Europa, in den USA waren private Monopolbetriebe üblich (Puppis 2010: 56).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

lichen Zeitpunkten statt (siehe Tabelle 2) und wurde von unterschiedlichen Ereignissen angestoßen. Ein länderübergreifendes Argument für die Deregulierung war das Ende der Frequenzknappheit durch das Aufkommen neuer Verbreitungskanäle (vgl. Donders 2012: 13–14), weitere Gründe waren parteipolitische Erwägungen und die Entwicklung eines europäischen Binnenmarktes (vgl. Puppis 2010: 206–207).

Tabelle 2 Übergang vom öffentlichen Monopol zum dualen System

Vor 1980	1980-1990	1990-2000	Nach 2000
Italien, UK	Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Italien, Norwegen, Schweden, UK	Dänemark, Irland, Island, Italien, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweiz, Spanien	Österreich

Quelle: nach Puppis 2010: 208 (vereinfacht)

Die Situation der öffentlichen Rundfunkorganisationen veränderte sich durch die Marktöffnung stark: Nun standen die ehemaligen Monopolbetriebe in Konkurrenz mit den neuen privat-kommerziellen Anbietern (vgl. Brants/Siune 1992: 106). Hultén und Brants (vgl. 1992: 118) und Achille und Miège (vgl. 1994: 34) beschrieben drei idealtypische Strategien, um auf die privat-kommerzielle Konkurrenz zu reagieren (vgl. Puppis 2010: 215): erstens durch eine Beschränkung auf Programme und Formate, die auf dem Markt selten angeboten werden, also Kultur- oder Informationssendungen («Purifikation»); zweitens durch die Bereitstellung eines möglichst breiten, nicht elitären Angebots, das wie die privat-kommerzielle Konkurrenz den Massengeschmack bedient («Adaption»); drittens durch den Versuch eines Mittelwegs zwischen diesen beiden Polen («Kompensation»).

Die öffentlichen Rundfunkorganisationen wählten in der Regel den Mittelweg zwischen öffentlichem Auftrag und Massengeschmack. Dafür entwickelten sie eine Reihe von Strategien, um sich auf dem Markt besser zu positionieren (vgl. ebd. 121–127): Sie passten ihre Programmpläne an, kauften vermehrt massenattraktive Programme ein, akquirierten zusätzliche kommerzielle Einnahmen (aus Sponsoring und Vermietung von Räumen und Technologie), investierten in Marketing und Imagebildung und gingen Kooperationen mit anderen öffentlichen Rundfunkorganisationen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ein. Obwohl viele die neue Managementkultur beim öffentlichen Rundfunk als eine positive Entwicklung empfanden, steht der öffentliche Rundfunk seit dieser Zeit in der Kritik, zu kommerziell zu sein (vgl. Brants/Siune 1992: 127), und sich inhaltlich kaum mehr von der privaten Konkurrenz zu unterscheiden (vgl. Donders 2012: 18).

2.2.3 Das digitale Zeitalter

Nach der Zulassung privater Rundfunkveranstalter markiert die sogenannte «Digitalisierung» den Beginn einer dritten Phase in der Entwicklung des öffentlichen Rundfunks, in der wir uns nach wie vor befinden. Mit Digitalisierung ist grundsätzlich der Übergang von der analogen zur digitalen Verbreitung gemeint, also die Übertragung von Daten nicht mehr in Funkwellen, sondern in binären Codes. Dies machte die Verschmelzung der hinter Rundfunk und Telekommunikation stehenden Technologien möglich – die sogenannte technische Konvergenz (vgl. Puppis 2010: 65–69; Papathanassopoulos/Negrine 2010: 137ff.). Zusätzlich verweist das digitale Zeitalter auch auf die Etablierung des Internets als neuen digitalen Verbreitungskanal und auf interaktive Kommunikationsplattformen.

Für die öffentlichen Rundfunkorganisationen ist der Eintritt ins digitale Zeitalter also vor allem mit der Herausforderung verbunden, neben Radio- und Fernsehprogrammen neu auch Inhalte für das Internet bereitzustellen. Für Bardoel und Lowe (vgl. 2007: 9) ist dieser Übergang von «Public Service Broadcasting» zu «Public Service Media» die größte Hürde, die öffentliche Rundfunkorganisationen in dieser Phase zu meistern haben. Denn abgesehen von den technischen, betriebswirtschaftlichen, und angebotsstrategischen Herausforderungen stößt dieser Übergang viele weitere Fragen an, die die Legitimität des öffentlichen Rundfunks in Zweifel ziehen, und die seinen Leistungsauftrag, seine Gebührenfinanzierung, seine Kontrolle, und seine Organisation betreffen.

Die erste und wichtigste Frage des digitalen Zeitalters ist, ob das Internet und die sogenannten «neuen Medien» vom **Leistungsauftrag** des öffentlichen Rundfunks abgedeckt werden. Trappel (2008) gehörte zu denen, die sich bereits früh dafür aussprachen, dass der Auftrag auf Onlinemedien ausgeweitet werden sollte. Auf Basis eines Vergleichs des Internetauftritts von öffentlichen und privat-kommerziellen Medien kommt er zu dem Schluss, dass der öffentliche Rundfunk auch im Internet für Vielfalt sorgt. Auch Jakubowicz (vgl. 2010: 17f.) forderte eine sogenannte «technologieneutrale» Definition des Auftrags. Dies ist inzwischen in vielen Ländern

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

der Fall. Jedoch wird unter Umständen festgelegt, dass das Angebot eine Verbindung zu Rundfunk-Programmen aufweisen muss (vgl. u.a. Latzer et al. 2010), oder dass audiovisuelle Inhalte nur während einer gewissen Frist auf der Website verfügbar sein dürfen.

Aufgrund der Tatsache, dass der öffentliche Rundfunk zunehmend auch über das Internet und in nichtlinearer Form angeboten und genutzt wird, stellte sich zweitens in vielen Ländern die Frage nach einer Reform der **Gebührenfinanzierung**. Es wird argumentiert, dass die am Besitz eines Radio- und Fernsehgeräts festgemachte Gebühr nicht mehr zeitgemäß sei. Die öffentliche Finanzierung solle entweder auf alle Geräte zum Empfang von Radio und Fernsehen ausgeweitet oder aber durch eine Haushaltsabgabe oder Mediensteuer ersetzt werden (vgl. u.a. Nissen 2006). Einige Länder haben entsprechende Reformen bereits beschlossen oder durchgeführt, andere diskutieren diesen Schritt noch (vgl. Künzler et al. 2013, Schweizer/Puppis 2018).

Die öffentliche Finanzierung des öffentlichen Rundfunks ist auch ganz generell unter Druck geraten (Papathanassopoulos/Negrine 2010: 137ff., Picard 2006). Grund dafür sind, neben der Finanz- und Wirtschaftskrise, die schwierigeren Bedingungen im Wettbewerb um das Publikum: Viele traditionellen Massenmedien verlieren angesichts neuer digitaler Angebote an Publikum und sind entsprechend mit sinkenden Werbeeinahmen konfrontiert (Meier/Bonfadelli/Trappel 2012; Jarren/Künzler/Puppis 2012). Gleichzeitig verliert die öffentliche Finanzierung des Rundfunks an Rückhalt in der Bevölkerung – gerade Angehörige der jüngeren Generationen sind gegenüber der Gebührenfinanzierung skeptisch eingestellt (Picard 2005).

Ebenfalls verstärkt unter Druck geraten ist der öffentliche Rundfunk drittens von Seiten der Europäischen Union (Papathanassopoulos/Negrine 2010: 137ff.). In ihrer Lesart verstößt die öffentliche Finanzierung von Medienorganisationen gegen das Prinzip des Freihandels innerhalb europäischer Grenzen. In Reaktion auf die Klagen privat-kommerzieller Medien hat die EU diese «staatlichen Beihilfen» zwar nicht verboten, forderte jedoch von ihren Mitgliedsländern mehr Transparenz und stärkere **Kontrollen** des öffentlichen Rundfunks. Dies hat vielerorts zur Einführung von Ex-Ante-Tests geführt, bei denen der Wert neuer Angebote jeweils im Voraus geprüft wird (vgl. Christl/Süssenbacher 2010, Donders/Moe 2011). Während Papathanassopoulos und Negrine (2010: 137ff.) die Ex-Ante-Tests vor allem als ein Symbol neoliberalen Ideologie sehen, sieht Latzl (2011) sie auch als Anstoß zur öffentlichen Debatte. Sie seien nicht nur «Schika-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ne», sondern hätten auch ein Potenzial zur kritischen Prüfung und Sichtbarmachung und damit zur Legitimation des Angebots.

Durch die Digitalisierung und die durch sie ermöglichte Zweiwegkommunikation ist der öffentliche Rundfunk viertens unter Druck geraten, eine offenere und partizipativere **Organisation** zu werden (vgl. Hasebrink/Herzog/Eilders 2007, Hermida 2012), die sich gesellschaftlich stärker abstützt (vgl. Jakubowicz 2010: 17f.). Dazu gehört, dass der öffentliche Rundfunk seine durch Gebühren finanzierten Inhalte in Archiven verfügbar macht. Beide Forderungen verlangen nach institutionellem Wandel, der nicht so leicht umzusetzen aber interessant zu verfolgen sein dürfte: «The PSBs' management of archive material is […] an important area where institutional changes may be studied and examined» (Knapskog 2010: 2).

Angesichts dieser Gemengelage an Herausforderungen sehen Autorinnen und Autoren unterschiedliche Zukunftsszenarien. Thomaß (vgl. 2007: 85) kommt aufgrund der «aktuellen Problemlagen» zu dem Schluss, dass sich der öffentliche Rundfunk im digitalen Zeitalter in einer Krise befindet:

> «Durch das Hinzutreten kommerzieller Anbieter, durch die Veränderungen der Medientechnologien, durch verändertes Rezipientenverhalten und durch die gewandelten Regulierungsvorstellungen seitens der politischen Akteure ist der öffentliche Rundfunk in eine Krise geraten, die sich auf seine Identität, die Finanzierung und die Funktion bezieht».

Donders (vgl. 2012: 23) sieht den öffentlichen Rundfunk nicht in einer Krise, sondern attestiert eine «Phase des Experimentierens». Genau wie Papathanassopoulos und Negrine (vgl. 2010: 1145f.) vermisst sie jedoch den politischen Willen, sich der veränderten Situation zu stellen. Während sich die Politik immer neue Kontrollmechanismen einfallen lasse, verpasse sie es, sich mit den wirklich wichtigen Fragen zur Zukunft des öffentlichen Rundfunks zu beschäftigen – denn dafür fehle es an politischem Konsens. Die öffentlichen Rundfunkorganisationen selbst würden sich aus dieser Debatte zudem oft heraushalten, um nicht selbst zu weitreichende Veränderungen anzustoßen. Für Jakubowicz (vgl. 2010: 10) ist aber klar, dass der öffentliche Rundfunk, genau wie sein regulatorischer Rahmen, eine «Komplettüberholung» nötig haben. Ein zentraler Punkt ist dabei die Beziehung zum Publikum bzw. zur Gesellschaft.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

2.3 Die Begründung des öffentlichen Rundfunks

Nachdem die Entwicklung des öffentlichen Rundfunks nachgezeichnet und verschiedene Möglichkeiten seiner Beschreibung geklärt wurden, stellt sich nun noch eine für diese Arbeit zentrale Frage: Wie kann der öffentliche Rundfunk begründet werden, speziell im digitalen Zeitalter? In der Regel wird klassisch ökonomisch oder politökonomisch bzw. gesellschaftlich argumentiert. In der Literatur zur Medienregulierung wird zudem noch eine weitere, nämlich die technische Begründung erwähnt (vgl. Puppis 2010: 71). Diese besagt, dass Rundfunk über das terrestrische Frequenzspektrum verbreitet wird, das nur eine begrenzte Kapazität hat. Der Zugang muss deshalb, so die Argumentation, aus technischen Gründen reguliert werden, damit es nicht zu Inferenzen kommt. Diese Begründung wird heute, aufgrund der Verfügbarkeit neuer Distributionskanäle, oft als obsolet bezeichnet. Außerdem lässt sie sich nur schwer von ökonomischen oder gesellschaftlichen Überlegungen trennen. Entsprechend unterscheidet dieses Kapitel nur zwischen der ökonomischen und der gesellschaftlichen Begründung.

2.3.1 Die ökonomische Begründung des öffentlichen Rundfunks

In der Ökonomie gelten regulatorische Eingriffe dann als notwendig und akzeptabel, wenn sie dazu dienen, Marktversagen zu korrigieren. Ein solches Versagen tritt ein, wenn der Markt kein gewünschtes Ergebnis produziert – also dann, wenn keine allokative und produktive Effizienz erreicht wird (vgl. Doyle 2002: 64). Mit allokativer Effizienz ist gemeint, dass diejenigen Güter produziert werden, die nachgefragt werden. Produktive Effizienz bedeutet hingegen, dass möglichst kostengünstig produziert wird (Puppis 2010: 73). In der Regel werden in der Literatur fünf Ursachen für Marktversagen aufgezählt (siehe Tabelle 3): Strukturprobleme des Marktes, Informationsasymmetrien, die Meritorik, externe Effekte, und die Problematik öffentlicher Güter.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 3 Ursachen für Marktversagen

	Grund für Marktversagen
Strukturprobleme	Hohe Fixkosten oder Markteintrittsbarrieren führen zu Konzentration von Marktmacht, da das Monopol am billigsten produzieren kann.
Informations-asymmetrien	Güter werden nicht konsumiert, weil ihre Qualität zweifelsfrei kommuniziert bzw. beurteilt werden kann.
Meritorik	Gesellschaftlich wertvolle Güter werden nicht nachgefragt, weil die individuelle Wertschätzung dafür nicht groß genug ist.
externe Effekte	Die Produktion bzw. der Konsum eines Gutes verursachen Kosten für unbeteiligte Dritte, die bei der Berechnung der Kosten nicht berücksichtigt werden.
öffentliche Güter	Weil der Konsum eines Gutes nur schwer verhindert werden kann und die Nutzung durch weitere Personen keine zusätzlichen Kosten verursacht, wird das Gut nicht genug nachgefragt, um produziert zu werden.

Quelle: eigene Darstellung nach Puppis 2010: 72–79

In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft geht man gemeinhin davon aus, dass es auch in Medienmärkten zu Marktversagen kommt, weil die genannten Ursachen für Marktversagen auf sie zutreffen (vgl. Doyle 2002: 64–66, Heinrich 1999: 21–43, 2001: 70–76, 93–114, Puppis 2010: 72–79):

- Erstens tendieren Medienmärkte aufgrund von **Strukturproblemen** zur Monopolbildung. Konkret fördert die starke Fixkostendegression durch Größen- und Verbundvorteile die Medienkonzentration. Der fehlende Wettbewerb in Medienmärkten wirkt sich dann oft negativ auf die Vielfalt und Qualität der Inhalte aus.
- Zweitens kann die Qualität von Medieninhalten sowohl vor- als auch nach der Rezeption durch das Publikum nur schlecht beurteilt werden. Aufgrund dieser **Informationsasymmetrie** können Medieninhalte als Vertrauensgüter gewertet werden – die Zahlungsbereitschaft ist gering.
- Drittens werden viele Medienangebote – politische Sendungen, Kultur- und Bildungsprogramme – weniger stark genutzt als dies gesellschaftlich wünschenswert ist. Es handelt sich hier also um **meritorische Güter**, die aufgrund fehlender Zahlungsbereitschaft oft nicht angeboten werden.
- Viertens haben Medienberichte einen Einfluss auf Wissen, Einstellungen und Verhalten des Publikums. Die Folgen dieser **externen Effekte**,

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

insbesondere auf unbeteiligte Dritte zu kalkulieren ist sehr schwierig, sie fließen deshalb nicht in Kostenrechnungen für die Medienproduktion mit ein.
- Fünftens weisen Medien die Merkmale **öffentlicher Güter** auf (siehe Kapitel 3.1.2). Einerseits kann man Menschen nur schlecht von der Nutzung von Medieninhalten ausschließen, und andererseits «verbrauchen» sich Medieninhalte nicht, es herrscht also keine Rivalität im Konsum.

Das Versagen der Medienmärkte hat gemäß Puppis (vgl. 2010: 79–86) zwei problematische Folgen: Erstens ist wegen der Monopolisierungstendenz die Angebotsvielfalt eingeschränkt. Zweitens brauchen Medienorganisationen aufgrund der geringen Zahlungsbereitschaft des Publikums alternative Finanzierungsquellen. In der Regel ist dies der Verkauf von Werbezeit und neuerdings von Nutzungsdaten oder aber eine öffentliche Finanzierung. Die Gründung einer öffentlichen Rundfunkorganisation ist also eine Lösung, um beide Folgen des Marktversagens auszugleichen: Seine öffentliche Finanzierung macht den öffentlichen Rundfunk unabhängig von der fehlenden Zahlungsbereitschaft des Publikums. Sein Auftrag verpflichtet ihn zudem zur Bereitstellung qualitativ hochwertiger und meritorischer Inhalte, die normalerweise nicht bereitgestellt werden.

2.3.2 Die gesellschaftliche Begründung des öffentlichen Rundfunks

Aus einer gesellschaftlichen oder politökonomischen Sicht gelten regulatorische Eingriffe dann als notwendig und akzeptabel, wenn sie einem öffentlichen Interesse dienen oder – wie es Mansell (vgl. 2010: 21) ausdrückt – auf das «menschliche Wohlbefinden» ausgerichtet sind. Angelehnt an Überlegungen von Puppis[4] (vgl. 2010: 241–242) können öffentliche Rundfunkorganisationen aus dieser Sicht positiv oder negativ begründet werden: Medienregulierung soll einerseits helfen, das Potenzial der Medien zu nutzen, um Zusammenhalt oder die Integration aller Bevölkerungsgruppen zu sichern (vgl. Donders 2012: 31). Andererseits soll Medienregulierung negative Auswirkungen der Mediennutzung, aber auch ihrer Produktionsbedingungen verhindern.

4 Puppis (2010: 241–242) beschränkt sich bei der Definition von positiven und negativen Zielen auf die Regulierung von Medieninhalten. Er unterscheidet zwischen Verboten (z.B. von jugendgefährdenden Inhalten) und Geboten (zur Produktion bestimmter Inhalte).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Das Verhindern negativer Folgen der Mediennutzung war einer der Hauptgründe für die Gründung öffentlicher Rundfunkorganisationen. Wie bereits beschrieben waren die Erfahrungen in den Kriegsjahren ein Hauptgrund für diese Regulierungsentscheidung (siehe Kapitel 2.2.1). Der Rundfunk wurde von den Kriegsparteien als Instrument zur Verbreitung von Ideologie und Propaganda genutzt, und es wurde ihm eine starke suggestive Wirkung auf die Rezipientinnen und Rezipienten zugeschrieben (Briggs 1961: 14). Jarren et al. (2002: 27) beschreiben die damaligen Befürchtungen, die zur starken Regulierung des Rundfunkbereichs geführt hatten, so:

> «[…] insbesondere sind die Medien Radio und Fernsehen aufgrund ihrer einseitigen Sender-Empfänger-Struktur als ‚Massen'-Medien im wahrsten Sinn des Wortes wahrgenommen worden. Die daraus abgeleiteten Befürchtungen einer Gleichschaltung und Manipulation der ‚Massen' durch die Medien waren dementsprechend groß».

Auch heute wird den Medien ein großer Einfluss auf den Alltag der Menschen zugeschrieben. Zahlreiche Autorinnen und Autoren (vgl. Feintuck/Varney 2006: 249, Herman/McChesney 1997, McQuail 2005: 233, Ó Siochrú/Girard 2002: 3; Puppis 2010: 87) argumentieren deshalb, dass Medien nicht normale Wirtschaftsgüter, sondern Kulturgüter sind und unabhängig von ihrer Marktfähigkeit gedacht werden müssen.

Gleichzeitig haben die Medien auch das Potenzial, ein «gutes Leben» zu ermöglichen, bzw. zum Funktionieren der Gesellschaft beizutragen. Es kann also argumentiert werden, dass mit dem öffentlichen Rundfunk soziale und demokratische Potenziale verwirklicht werden können, die uns allen zugutekommen. Oder wie Donders (2012: 31) es zusammenfasst:

> «In a generalising fashion, social democratic perspectives consider public service media a highly valuable project – encompassing a broad array of genres, platforms and services – that contributes to the democratic needs of society. Public service media should add to the realisation of a public sphere in which all citizens can participate regardless of their market appeal to producers.»

Im Zusammenhang mit dem öffentlichen Rundfunk wird heute auch oft der Begriff des «öffentlichen Interesses» angeführt (vgl. McQuail 2007: 46). Dieser Begriff wurde im Laufe der Entwicklung öffentlicher Rundfunkorganisationen immer wichtiger. Heute gehört es auch zum Auftrag des öffentlichen Rundfunks, die Vielfalt der Gesellschaft abzubilden und zur Pluralitätssicherung beizutragen. Entsprechend sind die öffentlichen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Rundfunkorganisationen über die Jahrzehnte hinweg immer mehr vom Ziel der «unified control» (siehe Kapitel 2.2.1) abgekommen und haben stattdessen ihr Angebot für ethnische, kulturelle und sprachliche Minderheiten ausgebaut.

2.3.3 Die Begründung des öffentlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter

Die ökonomische und die gesellschaftliche Begründung werden auch im digitalen Zeitalter benutzt, um über den öffentlichen Rundfunk und seine Zukunft zu sprechen. Gemäß Donders (vgl. 2012: 25ff.) können üblicherweise zwei übliche Argumentationsmuster unterschieden werden: Entweder es wird argumentiert, dass es den öffentlichen Rundfunk im digitalen Zeitalter nicht mehr braucht, da das Publikum im Internet auf viele andere Informationsquellen zugreifen kann – das Marktversagen von Medienmärkten hat also abgenommen. Oder es wird argumentiert, dass der öffentliche Rundfunk die digitalen Plattformen nutzen müsse, um seinen Auftrag noch besser zu erfüllen. Diesen beiden Sichtweisen – der ökonomischen und der politökonomischen oder gesellschaftlichen – hat Donders einige konkrete Modelle zugeordnet (siehe Tabelle 4), die im Folgenden besprochen werden.

Das Parademodell der ökonomischen Perspektive ist der «**Public Service Broadcaster light**». Hier wird der öffentliche Rundfunk darauf reduziert, Informations-, Politik- und Kultursendungen bereitzustellen – meritorische Güter also, die wichtig sind, sich aber auch im digitalen Medienmarkt nur schwer finanzieren lassen. Ebenfalls denkbar wäre aus ökonomischer Sicht ein «**Public Service Publisher**»: Eine öffentliche Rundfunkorganisation, die keine eigenen Kanäle oder Plattformen betreibt, sondern Medieninhalte als Rohstoff bereitstellt, die von privaten Medienorganisationen benutzt werden können – ähnlich wie eine Agentur. Ebenfalls denkbar wäre aus ökonomischer Sicht das Modell des «Contestable Funding» (vgl. DCMS 2016), das Donders aber nicht erwähnt. Dieses sieht vor, dass sich alle Medienorganisationen um öffentliche Mittel für die Produktion einzelner Sendungen bewerben können. Öffentliche Rundfunkorganisationen im klassischen Sinn sind in diesem Modell nicht vorgesehen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 4 Modelle des öffentlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter

Ökonomische Perspektive	Gesellschaftliche Perspektive
Public Service Broadcasting light Armstrong/Weeds 2007	**Public Service Media** Bardoel/Lowe 2007, Moe 2009, Steemers 2003
Public Service Publisher Elstein et al. 2004, Peacock 2004	**Digital Commons** Murdock 2005a

Quelle: eigene Darstellung nach Donders 2012: 25ff.

Das Parademodell der gesellschaftlichen Perspektive ist hingegen «**Public Service Media**». Hier wird argumentiert, dass der öffentliche Rundfunk wichtige gesellschaftliche Funktionen erfüllt und gerade in einer von globalen Konzernen geprägten, stark kommerzialisierten digitalen Medienlandschaft eine unverzichtbare Alternative darstellt. Entsprechend müsse es den öffentlichen Rundfunkorganisationen erlaubt sein, neue Medienformen und -kanäle zu nutzen, um ihren Leistungsauftrag noch besser zu erfüllen – sich also von der Rundfunk- zur Medienorganisation zu entwickeln. Ein zweites Modell, dass Donders der gesellschaftlichen Sicht zuordnet, sind die «**Digital Commons**». In der Deutung von Murdock (2005a), auf den sich Donders bei der Beschreibung des Modells bezieht, ist der öffentliche Rundfunk eine Organisation, die den Zugang zu verschiedenen Gemeingütern – Information, Wissen, Repräsentation, Deliberation, und Partizipation – ermöglicht und deshalb als «Digital Commons» bezeichnet werden kann. Es ist das Modell, das in der vorliegenden Studie weiterentwickelt wird.

Donders (2012: 35) selbst positioniert sich zwischen den beiden Polen der ökonomischen und der gesellschaftlichen Sicht. Ihre Präferenz für den öffentlichen Rundfunk im digitalen Zeitalter beschreibt sie als «evidence-based» und mit den Worten «big if necessary and as good as required». Genau wie Papathanassopoulos und Negrine (vgl. 2010: 1145f.) argumentiert auch Donders (vgl. 2012: 23), dass die Ausgestaltung des öffentlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter letztlich eine politische Entscheidung ist. Welches Modell von einer Mehrheit der Gesellschaft und von der Politik als legitim – das heißt als wünschenswert, gerecht und richtig (vgl. Suchman 1995: 574) – verstanden wird, muss sich im öffentlichen Diskurs herauskristallisieren. Wichtig für einen solchen Diskurs sind, wie eingangs erwähnt, Leitbegriffe wie der vor 15 Jahren eingeführte «Public Value» oder das in dieser Studie vorgeschlagene «Media Commons».

«Public Value» stammt vom Managementforscher Mark Moore (1995), der argumentierte, dass öffentliche Organisationen ihren Mehrwert aufzei-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gen müssen. Und zwar nicht gegenüber privaten Stakeholdern, sondern gegenüber der Gesellschaft, die sie trägt. Dass öffentliche Rundfunkorganisationen diesen Leitbegriff übernommen und «Public Value Tests» für neue Angebote und Dienste eingeführt haben, wurde in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft kontrovers diskutiert (vgl. Christl/Süssenbacher 2010, Donders/Moe 2011, Gundlach 2011, Karmasin/Süssenbacher/Gonser 2011, Jarren/Schweizer 2015). Unbestritten ist, dass die Einführung der «Public Value Tests» eine Reaktion auf den Druck privat-kommerzieller Medienorganisationen und die Forderung der EU nach mehr Transparenz und Kontrolle war. «Public Value» hat jedoch nur bedingt dazu beigetragen, den öffentlichen Rundfunk im digitalen Zeitalter neu zu denken und so seine gesellschaftliche Legitimität zu erhöhen. Die Zeit für den neuen Leitbegriff des «Media Commons» ist deshalb reif.

Wie bereits erwähnt, lehnt der neue Leitbegriff des «Media Commons» die Überlegungen des «Public Value» nicht ab, sondern geht einen Schritt weiter. Wie «Public Value» versteht auch das «Media Commons» die Programme öffentlicher Rundfunkorganisationen als wichtige gesellschaftliche Güter. Und auch die von «Public Value» geforderte Evaluation der Leistungen des öffentlichen Rundfunks ist, wie in den nächsten Kapiteln gezeigt wird, ein Anliegen des «Media Commons». Das «Media Commons» befasst sich aber zusätzlich mit der Art und Weise, wie Medieninhalte hergestellt und zugänglich gemacht werden und wer an Entscheidungsprozessen beteiligt ist. Insofern vermag der neue Leitbegriff nicht nur Inhalte, sondern auch die Medienorganisation zu fassen. Anders als der «Public Value», der den gesellschaftlichen Mehrwert eher als «Nice to Have» darstellt, geht das «Media Commons» zudem davon aus, dass eine «Tragödie» unausweichlich ist, wenn wir es als Gesellschaft nicht schaffen, uns bezüglich der Organisation der öffentlichen Kommunikation miteinander zu arrangieren.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3 Die Commons und ihre Erforschung

Elinor Ostrom, die für ihre Forschung zu den Commons den Wirtschaftsnobelpreis bekommen hat, definiert diese so: Commons sind Ressourcen, die von einer Gruppe geteilt werden und bei denen soziale Dilemmata auftreten (Hess/Ostrom 2007b: 3). Helfrich und Stein (2011: 287) schlagen eine ähnliche Definition vor: Für sie sind Commons spezifische Formen sozialer Übereinkünfte, um Ressourcen kollektiv, nachhaltig und fair zu nutzen. Uzelman (2011: 287) nennt die Commons einen «Empty Signifier», also einen Begriff ohne inhärente Bedeutung, der erst durch seine Anwendung mit Inhalt gefüllt wird.

Einen gemeinsamen Referenzrahmen für die Beschäftigung mit den Commons bietet der Verweis auf ein «Common Field» oder – in der deutschen Übersetzung – eine Allmende, womit im Mittelalter Weide- oder Forstland bezeichnet wurde, das eine Gruppe von Bäuerinnen und Bauern gemeinsam bewirtschaftete. Kerridge (1992: 1) beschreibt die Situation so:

> «A common field is one in which various parts or parcels of land […] belong to individual proprietors, who exercise sole proprietary rights when the land is in crop but leave them in abeyance when it is not, so that when not in crop, the land is under the general management of all the proprietors in common and by common agreement.»

Aus der Beschreibung eines «Common Field» werden unterschiedliche Interpretationen abgeleitet: Für die einen ist die mittelalterliche Wiese ein Symbol für offenen Zugang zu wichtigen Ressourcen für alle Bäuerinnen und Bauern, also eine «Open Access»-Situation. Andere weisen darauf hin, dass bereits für die mittelalterliche Allmende strikte Eigentumsrechte festgelegt waren und dass die Nutzung nur den Mitgliedern einer festgelegten Gemeinschaft mit klar definierten Rechten und Pflichten offenstand. Während erstere also einen normativen Idealzustand beschreiben, machen sich letztere Gedanken darüber, wie eine Gruppe die Nutzung einer Ressource kollektiv organisieren kann.

Ein zweiter gemeinsamer Nenner aller Ansätze, die sich mit den Commons beschäftigen, ist der Verweis auf eine drohende «Tragödie». In seinem berühmten Aufsatz von 1968 beschrieb der Ökonom Garret Hardin, dass die «Common Meadow» zum Scheitern verurteilt sei, weil sie aufgrund der Tendenz von Menschen, ihren individuellen Nutzen zu maxi-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

mieren – wir nennen das heute den «Homo Oeconomicus» –, nicht nachhaltig gemeinschaftlich bewirtschaftet werden kann. Obwohl Hardin seine Aussage später teilweise revidiert hat, sprechen wir auch heute noch von der «Tragödie der Allmende». Die Beschreibung wird benutzt, um anzuprangern, dass Ressourcen zu schnell verbraucht oder verschmutzt werden oder dass der Zugang zu ihnen verwehrt wird.

In diesem Kapitel werden drei Interpretationen des Commons-Begriffs vorgestellt. Sie sind mit unterschiedlichen normativen Vorstellungen verknüpft, was ein Commons ausmacht und inwiefern Medienorganisationen als «Media Commons» beschrieben werden können. Anschließend werden Forschung und Aktivismus im Bereich der «Commons of the Mind» beschrieben und das Institutional Analysis and Design (IAD) Framework vorgestellt, das Ostrom für die empirische Analyse vorgeschlagen hat. Darauf folgt ein Überblick über wissenschaftliche Studien, die die Theorie der Commons auf Medienorganisationen oder andere Untersuchungsgegenstände im Bereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft angewendet haben. Zuletzt werden die in diesem Kapitel gewonnenen Erkenntnisse zusammengefasst und kritisch diskutiert, um schließlich fünf Perspektiven zur Erforschung von «Media Commons» vorzuschlagen.

3.1 Die drei Commons-Perspektiven

Wie einleitend beschrieben wurde, gibt es verschiedene Interpretationen des Commons-Begriffs. Uzelman (vgl. 2011: 287–289) unterscheidet drei Gruppen von Commons-Forschenden: Die erste Gruppe nutzt den Begriff, um Dinge zu benennen, die allen Mitgliedern einer Gesellschaft gehören und zu denen alle Zugang haben sollten. Hier werden die Commons also gleichgesetzt mit **öffentlichen Gütern**. Die Annahme dieser Gruppe ist, dass Privatisierung, Verschmutzung oder Verschwendung von Ressourcen aufgrund von Gewinninteressen der Idee der Commons entgegenstehen. Uzelman nennt sie deshalb die «Kritikerinnen und Kritiker des Neoliberalismus». Entsprechend wird der Commons-Begriff hier vor allem dazu genutzt, um eine Kritik zu formulieren. Vertreterinnen und Vertreter dieser Gruppe fordern, dass der Staat durch Regulierung für einen offenen Zugang bzw. für die nachhaltige Bereitstellung der als wichtig erkannten Ressourcen sorgen muss.

Die zweite und die dritte Gruppe beschreiben die Commons als einen «**dritten Weg**» zwischen Markt und Staat, also als eine Form der gesellschaftlichen Selbstorganisation bzw. -regulierung. Die beiden Gruppen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

unterscheiden sich jedoch in einem Punkt: ob sie die Regeln des kapitalistischen Wirtschaftssystems grundsätzlich akzeptieren oder nicht. Die eine Gruppe ist die, die den Kapitalismus grundsätzlich akzeptiert. Uzelman nennt sie die «**Common Pool Resource**-Theoretikerinnen und Theoretiker». Während einige von ihnen (wie Garret Hardin) eine «Tragödie der Commons» voraussagen, argumentieren andere (wie Elinor Ostrom), dass ein «dritter Weg» unter bestimmten Umständen auch für ökonomisch-rational handelnde Akteure sinnvoll ist und dass die kollektive Nutzung von Ressourcen deshalb funktionieren kann. Die andere Gruppe, die einen «dritten Weg» vorsieht, ist die, die den Kapitalismus nicht akzeptiert. Uzelman nennt sie die «Anti-Kapitalismus-Aktivistinnen und Aktivisten». Sie sehen in den Commons ein Symbol für kollektives, selbstorganisiertes und somit soziales Handeln. Sie plädieren dafür, dass ökonomische Argumente durch soziale Beziehungen ersetzt werden sollen, und dass Commons erst im **kollektiven Handeln** konstruiert werden.

Die drei Gruppen teilen je einige Gemeinsamkeiten, unterscheiden sich aber auch in einigen Punkten. Die ersten beiden Gruppen bewegen sich innerhalb des kapitalistischen Wirtschaftssystems, argumentieren dann jedoch entweder aus einer sozialen oder einer ökonomischen Sicht. Die zwei Gruppen des «dritten Weges» lehnen beide den Staat als Regulierungsinstanz ab, unterscheiden sich aber in ihrem Menschenbild. Die erste und die dritte Gruppe eint das, was Hess (vgl. 2008: 3) als Angst vor der zunehmenden Kommodifizierung, Privatisierung und Globalisierung beschreibt. Während die erste Gruppe zur Lösung dieses Problem auf staatliche Regulierung setzen will, glaubt die zweite Gruppe an kollektives, selbstorganisiertes Handeln ohne staatliche Hilfe.

Während sich der Forschungsstand bei den «Common Pool Ressourcen» aufgrund der strikten Definition des Problembereichs, der einheitlichen Begriffsverwendungen und der fachlichen Anbindung an die Wirtschaftswissenschaften relativ gut erschließen lässt, ist dies bei den anderen beiden Interpretationen schwieriger. Oft wird der Begriff «Commons» dort nicht explizit genannt, stattdessen werden Synonyme verwendet (siehe Kapitel 3.1.1). Anhängerinnen und Anhänger der ersten Gruppe würden gar argumentieren, dass die Commons immer zur Debatte stehen, wenn gesellschaftliche Ordnung und die Balance zwischen Freiheit und Solidarität ausgehandelt wird. Im Folgenden wird ein Überblick über die drei Commons-Interpretationen gegeben, und es wird gezeigt, inwiefern sie eine Beschreibung von Medienorganisationen als «Media Commons» vorsehen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3.1.1 Die Commons als «Common Good»

In der ersten Interpretation sind Commons Dinge, die allen Menschen gehören bzw. zu denen der Zugang allen offenstehen sollte. Literatur, die sich unter diesem Gesichtspunkt mit den Commons auseinandersetzt, benutzt eine ganze Reihe von Begriffen als Synonyme, bei deren Verwendung jedoch keine Einheitlichkeit erkennbar ist, was die Abgrenzung zu den anderen beiden Perspektiven verkompliziert. Im politischen Wörterbuch von Ehnes, Labriola und Schiffer (2001: 78) wird der Begriff «Common Good» z.B. mit «Gemeinwohl» übersetzt. «Gemeinwohl» bedeutet aber gleichzeitig auch «Public Good» oder «Common/General/Public Welfare» (ebd. 426). «Allgemeingut» übersetzen die Autorinnen wiederum mit «Public Domain» (ebd. 292). Für Robertson (2002: 94) ist das «Common Good» hingegen ein Synonym für «Public Interest», «General Will» aber auch für «Collective Goods».

Der Begriff «Gemeinwohl» wird gemäß Holtmann (2000: 214) seit der Antike zur Kennzeichnung eines «allgemeinen Zwecks oder der gemeinsam erwünschten Ziele und Werte [gebraucht], um derentwillen Menschen sich in einer (politischen) Gemeinschaft zusammenschließen». Zusammengefasst geht es also um das Wohlergehen aller Mitglieder einer Gemeinschaft («Bonum Commune») (vgl. Schultze 2011: 202). Moderne Pluralismustheorien gehen davon aus, dass das Gemeinwohl ein empirisches und veränderbares Resultat des politischen Prozesses ist, das sich aus dem Wettbewerb der Meinungen ergibt. Normative Theorien sehen im Gemeinwohl hingegen etwas «Präexistentes», das objektiv begründet werden kann (Holtmann 2000: 214).

Alle Begriffe, die dieser Interpretation zugeordnet werden können, zielen also letztlich auf die Frage ab, was ein gutes Leben oder eine gute gesellschaftliche Ordnung ausmacht (vgl. Jordan 1989: 8). Entsprechend lassen sich im Rahmen dieser Interpretation verschiedene philosophische Ansätze gegenüberstellen, die sich mit der Frage beschäftigen, wie unser Zusammenleben organisiert und Ressourcen gerecht verteilt werden können. Konkret bewegt sich der Begriff des «Common Good» im Spannungsfeld zwischen zwei «Orthodoxien»: Dem Libertarianismus, der die individuelle Freiheit zelebriert und dem Kommunitarismus, der mit unterschiedlicher Nachdrücklichkeit eine Unterordnung in die Gemeinschaft fordert. Eine Festlegung auf bestimmte Güter ist deshalb schwierig und der Commons-Begriff entsprechend schwer zu fassen: «The common good is an attractive idea, but a notoriously difficult one» (Jordan 1989: 1).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Für Kulturwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler ist klar, dass Wissen schon immer geteilt, weitergegeben und als Grundlage für neue Erkenntnis genutzt wurde – dies ist nötig für den Fortschritt und das Überleben der Menschheit. Die «Wissensallmende» gilt deshalb als unser gemeinsames kulturelles Erbe (vgl. Dobusch 2012: 215). Informationen, Wissen und Kultur sowie die Möglichkeit gesellschaftlicher Deliberation können in dieser Perspektive also als Commons verstanden werden (vgl. z.B. Murdock 2005a). Entsprechend kann argumentiert werden, dass die Medienorganisationen, die den Zugang zu diesen Ressourcen ermöglichen, selbst Commons sind oder zumindest Commons bereitstellen.

Der Term «Commons» bezieht sich jedoch nicht nur auf wichtige Güter, seine Nutzung ist gemäß Uzelman (2011: 287–289) auch mit einer Kritik an deren Privatisierung, Verschmutzung und Verschwendung verbunden. Diese Sicht wendet sich also insbesondere gegen den Neoliberalismus und sein Postulat von Rentabilität und Gewinnmaximierung und der zunehmenden «Einhegung» («Enclosure») bzw. Privatisierung vormals offen zugänglicher Ressourcen. Wer diese Interpretation vertritt, argumentiert, dass es Ressourcen gibt, bei denen Renditeüberlegungen nicht angebracht sind, da sie allen offenstehen und nachhaltig bewirtschaftet werden müssen.

Die Lösung, die diese Gruppe vorschlägt, um Commons bereitzustellen bzw. den Zugang zu ihnen offen zu halten, ist staatliche Regulierung. Es wundert deshalb auch nicht, dass die Commons hier häufig mit der «Public Domain» verknüpft werden (vgl. Dobusch 2012: 218), also dem Bereich des öffentlichen Rechts, obwohl eine solche rechtliche Zuordnung im Grunde nichts mit der Beschaffenheit oder gesellschaftlichen Relevanz der Ressource zu tun hat. Nichtsdestotrotz passt der öffentliche Rundfunk insofern nahtlos in das Gedankengebäude der «Kritikerinnen und Kritiker des Neoliberalismus», als dass er ein Paradebeispiel für die Lösung eines Bereitstellungs- und Zugangsproblems zu einer wichtigen Ressource mithilfe staatlicher Regulierung ist.

Die Medieninhalte privat-kommerzieller Medienorganisationen können grundsätzlich auch als wichtige gesellschaftliche Ressourcen und damit als öffentliche Güter definiert werden. Da die «Kritikerinnen und Kritiker des Neoliberalismus» aber gegenüber Rentabilität und Gewinnmaximierung kritisch eingestellt sind, stehen kommerziell finanzierte Medienorganisationen unter Verdacht, ihre ökonomischen Eigeninteressen zu stark zu verfolgen und damit den Commons zu schaden. Für diese Gruppe sind die Medien also idealerweise nicht gewinnorientiert und wenn möglich auch nicht kommerziell, sondern kollektiv finanziert.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3.1.2 Die Commons als «Common Pool Ressource»

Die zweite Interpretation der Commons ist diejenige der klassischen, neoliberalen Ökonomie. Hier geht es weniger um ein gutes Leben als um Wachstum und funktionierende Märkte. Die Marktfähigkeit von Gütern wird aufgrund von zwei Überlegungen eingeschätzt (siehe Tabelle 5): Erstens stellt sich die Frage, ob Rivalität im Konsum herrscht, sich das Gut also «verbraucht», es nach der Nutzung also nicht mehr zur Verfügung steht und somit eine Nachfrage nach Reproduktion entsteht. Zweitens wird gefragt, ob man diejenigen, die für die Nutzung des Gutes nicht bezahlen, davon ausschließen kann, oder ob «Trittbrettfahren» («Freeriding») möglich ist (vgl. Schmidt 2010: 557). Wenn beide Voraussetzungen – also Ausschließbarkeit und Rivalität – erfüllt sind, handelt es sich um ein privates Gut, das am Markt problemlos gehandelt werden kann. Sind Eigentumsrechte jedoch nicht oder nur begrenzt durchsetzbar, handelt es sich um eine «Common Pool Ressource» (CPR) – oder kurz, ein «Commons».

Tabelle 5 Güterklassifikation

	Keine Rivalität im Konsum	Rivalität im Konsum
Ausschluss nicht möglich	Öffentliches Gut	Common Pool Ressourcen
Ausschluss möglich	Clubgut	Privates Gut

Quelle: vereinfachte Darstellung nach Hess/Ostrom 2003: 120

Für Anhängerinnen und Anhänger der klassischen, neoliberalen Ökonomie ist die Bewirtschaftung eines gemeinsamen Ressourcenpools zwar theoretisch denkbar, diese Lösung ist jedoch langfristig nicht stabil. Mit Verweis auf Hardins (1968) Aufsatz und weitere Studien, die rationales Handeln von Akteuren modellieren, wird argumentiert, dass die einzelnen Einheiten, die dem «Pool» entnommen werden können, schnell aufgebraucht sind und er deshalb ohne Intervention nicht nachhaltig verfügbar ist. Entsprechend ist entweder eine Privatisierung oder eine staatliche Regulierung nötig: Die Allmende muss also entweder eingezäunt oder die Bewirtschaftung durch Bäuerinnen und Bauern muss staatlich kontrolliert werden. Ansonsten wird sie übernutzt.

Modernere ökonomische Ansätze wie die von Ostrom und ihren Kolleginnen und Kollegen (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 3) sind in Bezug auf die gemeinsame Nutzung eines Ressourcenpools optimistischer. Sie glauben,

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dass eine Selbstorganisation durch einen «dritten Weg» gelingen kann. Rational handelnde Akteure würden erkennen, so die Argumentation, dass beide Lösungen für das CPR-Problem wirtschaftliche Nachteile mit sich bringen: Durch Privatisierung werden viele Akteure von der Nutzung des Pools und damit vom Wettbewerb ausgeschlossen; durch staatliche Regulierung entstehen hohe Transaktionskosten für die Überwachung und Sanktion. In ihrer Forschung interessieren sie sich deshalb für die institutionellen Arrangements, die zur Nutzung solcher Common Pool Ressourcen von den Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmern kreiert werden.

Die Güterklassifikation aus der Wirtschaftswissenschaft wird auch in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft angewendet, um Medien in Bezug auf ihre Marktfähigkeit einzuschätzen. In Lehrbüchern wurde traditionell vermittelt, dass Medieninhalte öffentliche Güter sind (vgl. u.a. Puppis 2010: 74–75): Denn erstens lösen sie keine Rivalität im Konsum aus, da sie sich bei der Nutzung nicht verbrauchen. Zweitens gelingt es bei den Medien meist nicht, den Ausschluss nicht zahlungswilliger Personen zu organisieren. Entsprechend ist hier mit fehlender Zahlungsbereitschaft und Trittbrettfahren zu rechnen – klassische Probleme eines öffentlichen Gutes. Da die Marktfähigkeit von Medieninhalten deshalb eingeschränkt ist, ist Medienregulierung in dieser ökonomischen Interpretation grundsätzlich vertretbar (siehe dazu Kapitel 2.3.1).

In den Lehrbüchern der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gibt es auch Beispiele, in denen Medien in eine andere Kategorie als die der öffentlichen Güter eingeordnet werden. Es wird beispielsweise argumentiert, dass manche institutionellen Arrangements durchaus den Ausschluss nicht zahlender Rezipientinnen und Rezipienten ermöglichen. So wird beispielsweise Pay-TV als Clubgut beschrieben (vgl. z.B. Puppis 2010: 75). Wenn man der Argumentation folgt, dass Medieninhalte grundsätzlich keine Rivalität auslösen, dann ist der Ausschluss von Rezipientinnen und Rezipienten durch einen Zahlungsvorgang in der Tat ein gutes Beispiel für ein Clubgut.

Das gängige publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Beispiel für eine «Common Pool Ressource» ist das terrestrische Frequenzspektrum. Anders als die Medieninhalte sind die Frequenzen, die für die terrestrische Verbreitung von «elektronischen» Medien benötigt werden, in ihrer Zahl beschränkt. Es herrscht deshalb eine Rivalität bei der Nutzung. Gleichzeitig ist es nur schwer möglich, Radio- und Fernsehsender davon abzuhalten, das Frequenzspektrums für die Verbreitung ihrer Programme zu nutzen. Die durch eine nicht reglementierte Nutzung absehbaren Inter-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ferenzen könnten als «Tragödie der Allmende» beschrieben werden. Neuerdings werden neben Frequenzen auch IP-Adressen als «Common Pool Ressource» beschrieben (siehe 3.3.3).

Medienforschende, die in der klassischen Ökonomie zu Hause sind, argumentieren also traditionell, dass Medienorganisationen eine Reihe von nicht marktfähigen, öffentlichen Gütern herstellen. Sie würden jedoch nicht den Begriff «Commons» benutzen, denn dieser ist assoziiert mit den «Common Pool Ressourcen». Deren Merkmal «Rivalität im Konsum» trifft jedoch auf die Medieninhalte nicht zu, entsprechend kann diese Zuordnung nicht gemacht werden. Ökonominnen und Ökonomen scheinen dieser Interpretation heute jedoch nicht mehr ganz so treu zu folgen. Im Rahmen neuerer Praktiken der Geschenkökonomie, Peer-Produktion und dem Teilen von Medieninhalten über soziale Netzwerke beginnt auch die Medienökonomie, Medieninhalte oder -organisationen als Commons zu denken. Dies widerspricht zwar der klassischen Güterklassifikation, ist jedoch nötig, um in einer sich verändernden Informationsordnung neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

3.1.3 Die Commons als «Collective Action»

Die dritte Interpretation versteht Commons als selbstorganisiertes, kollektives Handeln[5], das außerhalb des kapitalistischen Wirtschaftssystems und ohne staatliche Hilfe im Sinne eines «dritten Weges» durchgeführt wird. Die Eigenschaften eines Commons leiten sich hier also nicht aus Merkmalen ab, die man einem Gut oder einer Ressource auf Basis philosophischer Überlegungen oder ökonomischer Erwartungen zuschreibt. Stattdessen entstehen Commons immer dann, wenn die Bereitstellung und Nutzung von Ressourcen im Rahmen einer Gemeinschaft organisiert wird. Helfrich und Stein (vgl. 2011: 9) betonen, dass ohne solche sozialen Vereinbarungen zur kollektiven, nachhaltigen und fairen gemeinschaftlichen Nutzung von Ressourcen nicht von einem Commons gesprochen werden kann.

Die Idee des kollektiven, selbstorganisierten Handelns findet sich, wie vorhin gesehen, auch in der Interpretation von Commons als «Common Pool Ressourcen». Nämlich dann, wenn die gemeinschaftliche Bewirtschaftung eines Ressourcenpools aus rational-ökonomischen Überlegungen sinnvoll erscheint. Die Liste institutioneller Charakteristika («Design Prin-

5 Sandler (1992: 1) beschreibt Collective Action so: «when the efforts of two or more individuals are needed to accomplish an outcome» (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 5).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ciples») von erfolgreichen, also nachhaltig funktionierenden Commons (siehe Kapitel 3.2.1), bietet entsprechend für beide Gruppen einen guten Referenzrahmen. Die beiden Sichtweisen unterscheiden sich jedoch in Bezug auf ihr Menschenbild und die daraus abgeleitete Begründung für kollektives Handeln: Der «Homo Oeconomicus» der «Common Pool Theoretikerinnen und Theoretiker» wird hier durch den «Homo Sociologicus» ersetzt.

Uzelman nennt die Anhängerinnen und Anhänger dieser Interpretation entsprechend die «Anti-Kapitalismus-Aktivistinnen und Aktivisten». Für sie sind die Commons nicht mit Profitinteressen zu vereinbaren. Ostroms Werk wurde beispielsweise von Nuss (vgl. 2011) dafür kritisiert, dass es sich innerhalb der kapitalistischen Logik bewegt und den gemeinsamen Ressourcenpool als Möglichkeit rational handelnder Akteure beschreibt, um Gewinn zu machen. Nuss ist also eine Anhängerin der «Collective Action»-Interpretation, die die Commons nicht als Teil des Marktes, sondern als dessen Alternative sieht. Auch sie fordert, die Bereitstellung und Verteilung von Ressourcen außerhalb der kapitalistischen Logik und ohne staatliche Regulierung im Rahmen einer Gemeinschaft zu organisieren.

In der Interpretation des kollektiven Handelns können Medienorganisationen entsprechend nur dann als Commons interpretiert werden, wenn sie aus kollektivem, selbstorganisiertem Handeln hervorgehen. Wer diese Interpretation vertritt, wird zudem fordern, dass mit der gemeinschaftlichen Inhaltsproduktion keine Profitinteressen verfolgt werden dürfen. Kommerzielle oder durch staatliche Regulierung hervorgebrachte Medienorganisationen werden deshalb nicht als Commons verstanden, stattdessen wird gegen sie der Vorwurf erhoben, dass sie kollektives Handeln verhindern (vgl. u.a. Kidd 2003, Garcelon 2010).

Mit dem Aufkommen des Internets haben sich im Rahmen dieser Interpretation einige soziale Bewegungen formiert (siehe 3.2.2). Sie verknüpfen das Paradigma der Commons mit den Möglichkeiten einer neuen Informationsordnung und nutzen es als Schlagwort, um sich gegen die «Informationsmonopole» aufzulehnen:

> «Obwohl viele politische, rechtliche und ökonomische Fragen noch gelöst werden müssen, stellen die digitalen Commons einen Paradigmenwechsel dar, in dem neue technische, soziale und wirtschaftliche Rahmenbedingungen bereits die Umrisse einer Informationsordnung geschaffen haben, die gerechter, ökonomisch produktiver und politisch demokratischer ist als das derzeitige Regime von Informationsmonopolen» (Stalder 2011: 36).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

In dieser Interpretation entsprechen also streng genommen nur partizipative Medienorganisationen der Idee eines Commons. Obwohl hier, genau wie bei den Commons als «Common Good», die Privatisierung und Einhegung von Medieninhalten aufgrund von Wirtschaftsinteressen kritisiert wird, ist die dort vorgeschlagene staatliche Regulierung keine Lösung. Auch der öffentliche Rundfunk gehört für die «Anti-Kapitalismus-Aktivistinnen und Aktivisten» zu den «Informationsmonopolen» und wird von ihnen kritisiert für seine hierarchische Struktur, seine fehlenden demokratischen Mitwirkungsmöglichkeiten, und seine kommerzielle Finanzierung durch Werbung. Im Vergleich mit gewinnorientierten, privat-kommerziellen Medienorganisationen dürfte der öffentliche Rundfunk aus dieser Sicht jedoch noch als das «kleinere Übel» gelten. Dass privat-kommerzielle Medienorganisationen im Rahmen ihrer Geschäftsmodelle zunehmend auf Kollaboration und Partizipation des Publikums setzen, um Gewinne zu machen (vgl. Uzelman 2011: 283), kann aus dieser Sicht zudem keineswegs unterstützt werden.

3.2 Die «Commons of the Mind» und ihre Analyse

Der Begriff des Commons wird in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen verwendet und erforscht, u.a. in der Soziologie, der Wirtschafts-, Politik- und Rechtswissenschaft, sowie in der Informatik und der Pädagogik. Ein interdisziplinärer Austausch oder Wissenstransfer findet gemäß de Moor[6] (2012: 186) jedoch kaum statt. Fachübergreifend berühmt geworden ist einzig der bereits erwähnte Aufsatz von Garret Hardin (1968). Die Konsequenz sei, dass mit dem Begriff «wesenhaft unterschiedliche Dinge auf unterschiedlichen Ebenen» (de Moor 2012: 186) bezeichnet würden. Für einen groben, interdisziplinären Überblick können die Ressourcen aber anhand von drei Parametern besprochen werden (siehe Abbildung 2): Anhand ihrer Beschaffenheit, anhand ihrer geografischen Ausdehnung, anhand ihrer Bestandteile und anhand ihrer «Tragödien».

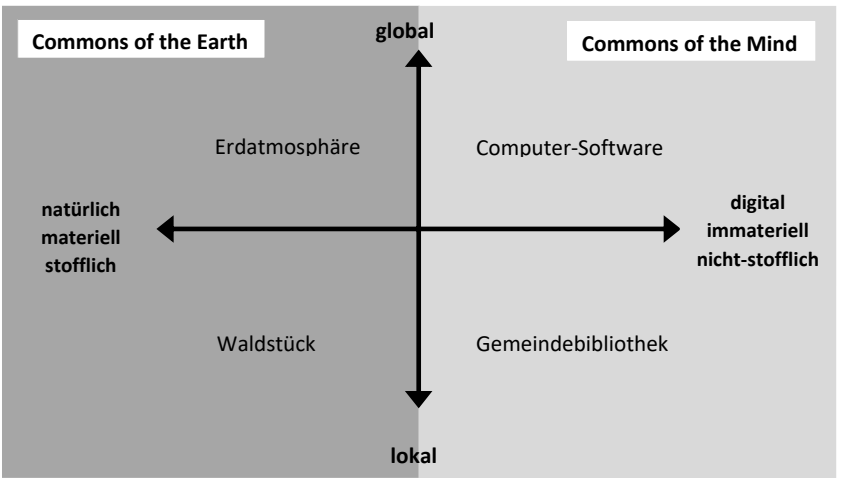
Bezüglich der **Beschaffenheit** von Ressourcen bieten sich mehrere Begriffspaare an, die in der Literatur verwendet werden: natürlich oder digital, materiell oder immateriell, stofflich oder stofflos. Shaffer van Houweling (2007) unterscheidet zudem zwischen natürlichen und «konstruierten» bzw. «menschgemachten» Ressourcen. Klar wird die Unterscheidung

6 Prof. Dr. Trine de Moor ist die ehemalige Präsidentin der Intentational Association of the Study of the Commons (vgl. De Jonge Akademie 2014.)

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

aber vor allem dann, wenn man zwischen «Commons of the Mind» (Boyle 2003: 37) und «Commons of the Earth» unterscheidet (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2 Einordnung von Commons-Ressourcen



Quelle: eigene Darstellung

Bezüglich ihrer **geografischen Ausdehnung** können Ressourcen auf der lokalen, regionalen, nationalen oder globalen Ebene verortet werden – je nachdem, wie viele Menschen sie gemeinsam nutzen (oder ihr ausgesetzt sind) und innerhalb welcher politischen Zuständigkeit sie reguliert werden (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 4–5). Während die Reichweite bei den natürlichen Ressourcen aufgrund ihres Ausbreitungsgebietes oft klar bestimmt werden kann, erscheint eine solche Einteilung auf der Seite der «Commons of the Mind» in der Regel weniger zielführend. Anders als bei den «Commons of the Earth» ist es hier meist nicht die Ressource selbst, die ihre Grenzen vorgibt, sondern die von den Menschen geschaffenen institutionellen Arrangements.

Die große Mehrheit der bisher geleisteten Forschung beschäftigt sich mit den «Commons of the Earth» auf lokaler bzw. regionaler Ebene (vgl. Ostrom/Hess 2007b: 69). Ab 1995 haben sich Forscherinnen jedoch auch den «menschgemachten» Ressourcen zugewandt, deren Erforschung seither stark zugenommen hat (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 6). Die Forschung im Bereich der «Commons of the Mind» stellt jedoch nicht einfach eine Weiterentwicklung dar, sondern wurde durch soziale Bewegungen, die das Paradigma für sich entdeckt haben, angetrieben (siehe Kapitel 3.2.2). Gemäß

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Hess und Ostrom (vgl. 2007b: 5) steht die Aufgabe noch an, die Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Forschungsbereichen herauszuarbeiten. Denn klar ist: Wenn die im Bereich der «Commons of the Earth» entstandenen Konzepte und Überlegungen auf den Bereich der digitalen, immateriellen oder nicht-stofflichen Ressourcen angewendet werden sollen, braucht es Anpassung. Wie im Folgenden gezeigt wird, geht es dabei einerseits um die Bestandteile der «Commons of the Mind», andererseits um die potenziellen «Tragödien», die sich in ihnen abspielen können.

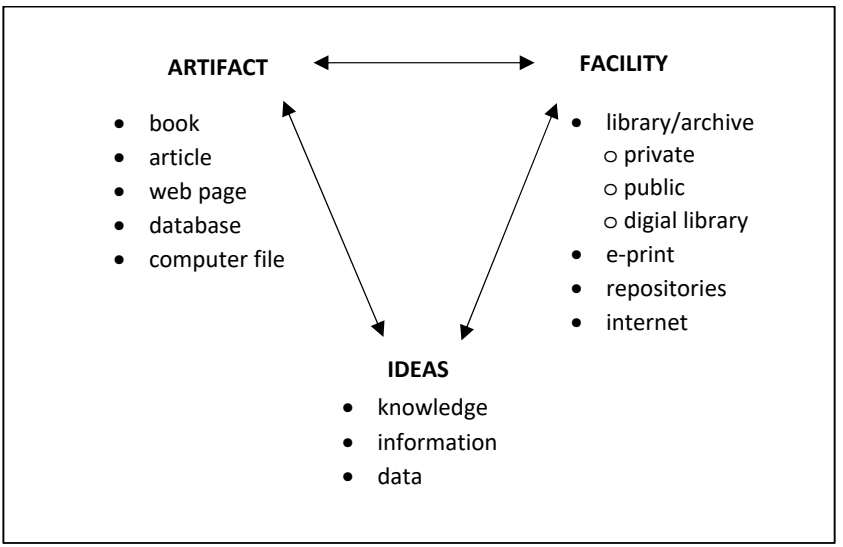
Zur Beschreibung der **Bestandteile** von Commons-Ressourcen haben Ostrom und ihre Kolleginnen und Kollegen ursprünglich eine zweiteilige Definition vorgeschlagen (vgl. Hess/Ostrom 2003: 128): «Commons of the Earth» bestehen demnach aus einem Pool – zum Beispiel einer Wiese oder einem Gewässer – und einzelnen Einheiten – zum Beispiel Gras oder Fischen –, die dem Pool entnommen werden können. Bei einem funktionierenden Commons werden dem Pool nur so viele Einheiten entnommen, dass diese «nachwachsen» können und nachhaltig verfügbar sind.

Für die Erforschung von «Commons of the Mind» haben Hess und Ostrom diese zweiteilige Beschreibung durch eine dreiteilige Beschreibung von Ideen, Artefakten und Fazilitäten ersetzt (Ostrom/Hess 2007: 47, Hess/Ostrom 2003: 129–130). Mit der «Idee» ist die kreative Vision oder das innovative Wissen gemeint, die in einem «Artefakt», beispielsweise einem Buch oder einem Zeitungsartikel, transportiert werden. Mit «Fazilität» ist schließlich die Bibliothek, das Archiv oder die Plattform gemeint, also der physische Ort, an dem die Artefakte aufbewahrt und für die Nutzung bereitgestellt werden (siehe Abbildung 3).

Diese dreiteilige Beschreibung ist auch für Analysen im Medienbereich sinnvoll. Mit der «Idee» kann der Medieninhalt selbst gemeint sein, mit dem Artefakt die Form seiner materiellen Präsentation – zum Beispiel als Zeitungsartikel oder als audiovisueller Beitrag – und mit der Fazilität das Trägermedium – Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet. Die Medienorganisation, die diese Inhalte produziert oder bereitstellt, wird durch diese Dreiteilung noch nicht erfasst. Ostrom und Hess (2007: 60) haben jedoch zusätzlich ein «Institutional Analysis and Design Framework» (siehe Kapitel 3.2.3) erarbeitet, in dem nach den beteiligten Akteuren und ihren Interaktionsmustern sowie den geltenden Regeln und den Outcomes gefragt wird. Damit wird dann auch die Organisation erfasst, in der die Medieninhalte produziert werden.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Abbildung 3 Dreiteilige Definition der «Commons of the Mind»



Quelle: nach Hess/Ostrom 2003: 129

Neben den Bestandteilen der Ressourcen unterscheiden sich auch die «Tragödien», die das Versagen eines Commons markieren, zwischen den «Commons of the Earth» und den «Commons of the Mind». Während bei den natürlichen, materiellen oder stofflichen Gütern das Hauptproblem die übermäßige Nutzung ist, die zur Verödung führt, ist es bei den digitalen, immateriellen oder nicht-stofflichen Gütern gemäß Helfrich und Bollier (2012: 20) gerade der fehlende oder verunmöglichte Konsum. Sie argumentieren, dass diese «Tragödie» aufgrund von ökonomischen Überlegungen und in Kombination mit rechtlichen Restriktionen sogar absichtlich herbeigeführt wird:

> «Anders als bei endlichen Ressourcen geht es in der Logik des Marktes darum, Kultur, Wissen und Informationen gezielt zu verknappen, um maximalen Gewinn aus immateriellen Vermögenswerten (Worte, Musik, Bilder) zu ziehen. Das ist der Hauptzweck der permanenten Erweiterung von Urheber- und Patentrecht. Dieser Imperativ wird immer deutlicher, denn digitale Technologien haben die Vervielfältigung von Informationen und kreativen Arbeiten im Wesentlichen frei gemacht und damit gewohnte Geschäftsmodelle untergraben.»

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Da die «Tragödie» der «Commons of the Mind» also genau in die gegenteilige Richtung wirkt, kann hier auch der von Heller (1998) vorgeschlagene Begriff «Anti-Commons» benutzt werden. Am Beispiel leerer Ladenflächen im post-sozialistischen Moskau beschreibt Heller den Unterschied zwischen dem Recht zur Nutzung und dem Recht zum Ausschluss: Wegen eines Eigentumsregimes, bei dem mehrere das Recht hatten, andere von einer knappen Ressource auszuschließen, sei es dort zur einer Unternutzung gekommen (Heller 1998: 668). Hess und Ostrom (2007b: 11) beschreiben die gleiche Situation im Bereich der medizinischen Forschung, die Medikamente künstlich verteuert: «The tragedy lies in the potential underuse of scarce scientific resources caused by excessive intellectual property rights and overpatenting in biomedical research».

Die Einhegung («Enclosure») der Commons aufgrund von Profitinteressen oder zu restriktiven Urheberrechten ist jedoch nur eine von vielen möglichen «Tragödien» der «Commons of the Mind». Ostrom und Hess (2007: 61) liefern noch einige weitere Begriffe, um Missstände anzuprangern: Ungleichheit («inequity»), fehlende Standards («degradation»), fehlende Kooperation («Noncompliance»), fehlende Qualitätskontrolle und Verschmutzung («Pollution»), und Rückgang («Instability», «Degradation», «Depletion»).

Im Folgenden wird ein Überblick über die Themen und die Entwicklung der Commons-Forschung in den letzten Jahrzehnten gegeben, und die «neuen Commons» werden eingeführt. Dann werden in einem Exkurs drei soziale Bewegungen vorgestellt – «Free Software», «Free Culture» und «Access to Knowledge» –, die den Commons-Begriff nutzen, um sich für eine gerechtere «digitale Ökologie» einzusetzen und damit auch die wissenschaftliche Forschung in diesem Bereich antrieben. Schließlich wird das von Ostrom vorgeschlagene Vorgehen bei der Analyse von Commons beschrieben und das «Institutional Analysis and Design Framework» vorgestellt.

3.2.1 Forschung zu traditionellen und neuen Commons

Die Ressourcen, die wir teilen, und die Dilemmata, vor die sie uns stellen, sind seit jeher ein zentrales Thema sozialwissenschaftlicher Forschung. Entsprechend könnten alle Forschungsbemühungen, die sich mit der Frage nach der guten und gerechten Gesellschaft und deren institutionellen Arrangements zur Verteilung von Gütern auseinandersetzen unter den Commons-Begriff gefasst werden. Berücksichtig man jedoch nur Literatur,

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

die den Begriff «Commons» auch explizit benutzt, ist die am stärksten etablierte Forschungslinie sicherlich diejenige von Elinor Ostrom und ihren Kolleginnen und Kollegen (vgl. u.a. Ostrom 2002, 2008 [1990]). Ostroms Forschung wurde zudem im Jahr 2009 mit dem Alfred-Nobel-Gedenkpreis für Wirtschaftswissenschaften ausgezeichnet (vgl. o.A. 2009).

In ihren institutionellen Analysen untersuchte Ostrom die bereits beschriebenen «Common Pool Ressourcen» (siehe Kapitel 3.1.2): Also Ressourcen, denen einzelne Einheiten entnommen werden können, bis sie «aufgebraucht» sind, und bei denen der Ausschluss von der (Über-)Nutzung nur schwierig zu bewerkstelligen ist. Ostrom interessierten dabei vor allem die Regime zur Allokation von Nutzungsrechten an die einzelnen «Commoners» (vgl. Hess 2008: 34). Im Rahmen der von ihr initiierten Forschungsbewegung wurden seit Mitte der 1980er-Jahre zahlreiche natürliche Ressourcen – Wälder, Fischgründe, Wasserreserven – auf ihre gemeinschaftliche Nutzung hin untersucht (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 6).

Ostroms Arbeit wird als direkte Entgegnung auf Hardins (1968) Essay wahrgenommen, in dem er staatliche Aufsicht und Privatisierung als einzig mögliche Lösungen zur Verhinderung einer «Tragödie der Allmende» beschrieb. Um diese These zu widerlegen, hat Ostrom unzählige Allmenden auf der ganzen Welt untersucht und eine Liste institutioneller Charakteristika («Design Principles») von erfolgreichen, also nachhaltig funktionierenden Commons entwickelt (vgl. Hess/Ostrom 2007b: 7, Ostrom 2008). Erfolgreiche Commons weisen demnach folgende Governance-Mechanismen auf: Klare Grenzen, Regeln, die zu den lokalen Bedingungen passen, Möglichkeiten zur Mitbestimmung für alle Betroffenen, Selbstregulierung, die von Behörden akzeptiert wird, Selbstmonitoring, abgestufte Sanktionierungs- und Schlichtungsmechanismen.

Ab den 1990er-Jahren wurde das Konzept vermehrt auf globale Umweltphänomene angewendet, wie z.B. die Antarktis, die Ozeane, Biodiversität, die Atmosphäre, das Weltall, und das Radiofrequenzspektrum (siehe u.a. Buck 1998; Vogler 2000; Harrison/McIntosh 2010; Milun 2011). Diese Ressourcen befinden sich außerhalb staatlichen Territoriums und gehören deshalb entweder uns allen oder aber niemandem (vgl. Milun 2011: 5–6). Hess (vgl. 2008: 32) beschreibt diese «**Global Commons**» als älteste und etablierteste Gruppe der «New Commons». Auf Basis einer breiten Literaturrecherche offeriert sie einen Überblick über weitere Bereiche, in denen die Commons zur Beschreibung von sozialen Situationen herangezogen werden (vgl. Hess 2008: 14–33):

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

- «**Infrastructure Commons**» sind physische Ressourcensysteme, die als «Public Services» zur öffentlichen Nutzung bereitgestellt werden. Unter anderem geht es hier um Transport- oder Kommunikationsmittel.
- Der Fokus der «**Neighbourhood Commons**» liegt bei urbanen oder ruralen Orten oder Plätzen, wo Menschen zusammenkommen, um eine lokale Ressource zu generieren, zu managen oder zu konservieren. Solche öffentlichen Räume sind generell davon bedroht, privatisiert oder eingehegt zu werden («Enclosure»).
- Im breiten Feld der «**Knowledge Commons**» geht es um offenen Zugang zu Daten, Informationen und Wissen. Hier werden so unterschiedliche Dinge wie Bibliotheken, Wissenschaft, geistige Eigentumsrechte und Gemeinschaftsproduktion untersucht.
- Bei den «**Culture Commons**» geht es um das kulturelle Erbe der Menschheit, das durch Privatisierung und Kommerzialisierung bedroht ist. Diese Literatur beschäftigt sich auch mit der schwierigen Lage indigener Völker und ihrer Traditionen.
- «**Market Commons**» verbinden den Markt mit dem Gedanken des Teilens, zum Beispiel durch die «Geschenkökonomie» oder die Gemeinschaftsproduktion («Peer Production»).
- Mit den «**Health and Medical Care Commons**» wird versucht, öffentliche und private Interessen in den Bereichen Gesundheit und medizinische Versorgung zu verbinden.

Diese kurze Übersicht bietet bereits eine Reihe von Anknüpfungspunkten für die Entwicklung eines «Media Commons»: Medienorganisationen sind zweifellos auch «Knowledge Commons» und «Cultural Commons», da sie Kultur und Wissen produzieren und bereitstellen. Weiter ermöglichen Medienorganisationen die öffentliche Kommunikation auf der lokalen Ebene («Neighbourhood Commons») und in Form einer grenzüberschreitenden Informationsgesellschaft («Global Commons»). Die Medienproduktion basiert in der Regel auf Kollaboration («Market Commons»). Außerdem brauchen Medienorganisationen eine Kommunikationsinfrastruktur, um ihre Inhalte zu verbreiten, und können auch selbst als solche interpretiert werden: Hess (vgl. 2008: 19) erwähnt in ihrer Übersicht auch explizit den öffentlichen Rundfunk als «Infrastructure Commons».

Ostrom selbst hat sich ab Mitte der 2000er-Jahre auch mit «Knowledge Commons» auseinandergesetzt. In ihrem Buch «Governing the Knowledge Commons» (Hess/Ostrom 2007a) diskutieren sie und ihre Mitautorin einerseits die Anwendung des Commons-Begriffs in diesem Bereich. Andererseits nutzen die beiden das von ihnen bereits früher entwickelte Institu-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tional Analysis and Design (IAD)-Framework (siehe Kapitel 3.2.3) für eine Fallstudie zu einem wissenschaftlichen Repositorium (Ostrom/Hess 2007). Der breite öffentliche Diskurs über die «Commons of the Mind» ist jedoch nicht ihr Verdienst, er wurde von sozialen Bewegungen angetrieben – diese werden im Folgenden kurz besprochen.

3.2.2 Exkurs: Soziale Bewegungen zu den «Commons of the Mind»

Dass der Begriff der Commons seit der Jahrtausendwende auch auf den Bereich digitaler, immaterieller und nicht-stofflicher Ressourcen angewendet wird, ist nicht das Verdienst der Wissenschaft. Es waren die sozialen Bewegungen, die den Begriff zuerst verwendeten, um sich gegen die Einhegung und Kommerzialisierung digitaler Ressourcen aufzulehnen. Wie bereits im Bereich des Umweltschutzes bieten die Commons auch für die sogenannte digitale Ökologie ein «Philosophical Framework» (Bollier 2007: 32), um eine Kritik am Status quo zu artikulieren. Stalder (vgl. 2011: 29ff.) unterscheidet drei untereinander lose vernetzte Bewegungen: die Free-Software, die Free-Culture und die Access-to-Knowledge-Bewegung:

Die vom amerikanischen Programmierer Richard Stallman gegründete **Free-Software-Bewegung** ist die älteste und am Weitesten fortgeschrittene Bewegung. Sie will, dass Computer-Software frei nutz- und veränderbar ist und nicht als standardisiertes Massenprodukt angeboten wird. Für Programmierung und Nutzung sollen deshalb vier Grundfreiheiten gelten: 1.) Software darf für jeden Zweck genutzt werden, 2.) das Programm darf uneingeschränkt verändert werden, 3.) Kopien dürfen weitergegeben werden, um anderen zu helfen, und 4.) Veränderungen des Programms sollen geteilt werden, damit alle davon profitieren. Freie Software wird heute mehrheitlich unter der von Stallman verfassten General Public License (GPL) veröffentlicht. 2007 ist es der Bewegung zudem gelungen, im EU-Parlament die Einführung von Software-Patenten zu verhindern.

Der **Free-Culture-Bewegung** geht es darum, dass alle Gesellschaftsmitglieder an der kulturellen Produktion teilnehmen und sich innerhalb des öffentlichen Lebens am Austausch beteiligen können. Anhänger dieser Bewegung kritisieren das Spannungsverhältnis zwischen der wachsenden Beliebtheit von freizügigen, kulturellen Praktiken und zunehmend restriktiven Gesetzgebungen. 2001 hat die Bewegung mit den Creative Commons ein neues Lizenzmodell entwickelt, das es erlaubt, eigene kreative Werke durch ein abgestuftes Urheberrecht anderen bewusst zur Verfügung zu stellen. Die Bewegung befinde sich, schrieb Stalder damals, noch in der for-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

mativen Phase und sei gespalten in der Frage wie viel Kontrolle den Autorinnen und Autoren über ihr Werk zugestanden werden soll.

Die **Access-to-Knowledge-Bewegung** schließlich beschäftigt sich mit dem Zugang einer breiten Öffentlichkeit zu wissensintensiven Gütern. Darunter fällt zum Beispiel das von afrikanischen Staaten bei der UNO-Unterorganisation WIPO (World Intellectual Property Organisation) nach der Jahrtausendwende erkämpfte Recht auf Parallelimporte von lizenzierten Medikamenten. Aber auch das wissenschaftliche Publikationswesen ist im Fokus dieser Bewegung: Durch Open-Access-Initiativen sollen beispielsweise die stetig steigenden Preise für kommerzielle wissenschaftliche Fachzeitschriften bekämpft werden, sodass Bibliotheken den Zugang zu wissenschaftlichen Erkenntnissen ermöglichen können.

Was die drei Bewegungen eint, ist die Forderung nach dem Zugang zu digitalen, kulturellen oder geistigen Ressourcen sowie der Widerstand gegen deren «künstliche» Verknappung. Denn digitale Ressourcen, argumentiert beispielsweise Mansell (2012: 179), können, wenn sie einmal erstellt worden sind, auf digitalem Weg praktisch umsonst weiterverbreitet werden. Obwohl die Bewegungen viele Anhängerinnen und Anhänger haben und ihre Forderungen zum Teil auch umgesetzt wurden, so sind Bestrebungen im Bereich der «Free Culture» jedoch beispielsweise unter Künstlerinnen und Künstlern umstritten. Auch Journalistinnen und Journalisten stehen nicht geeint hinter dieser Bewegung, einige sehen in ihr eine Bedrohung ihrer Urheberrechte und ihres finanziellen Einkommens. Hier schließt der Beitrag von Kiefer (2011) an (siehe Kapitel 3.3.3), der vorschlägt, die journalistische Profession als Commons zu organisieren und dann kollektiv über die eigene Finanzierung (die aus staatlichen Mitteln kommt) zu bestimmen.

Medienorganisationen werden aus Sicht dieser Bewegungen unterschiedlich eingeschätzt. Privat-kommerzielle Medienorganisationen gelten grundsätzlich als Gegenspieler der «Free Culture»-Bewegung. So kritisiert z.B. Garcelon (2010), dass Medienunternehmen die Lizenzierung von Medieninhalten unter Creative Commons nicht unterstützen. Der öffentliche Rundfunk kann hingegen, je nach Kontext, auch auf der Seite der freien und offenen Kultur und dem Zugang zu Wissen angesiedelt werden: So beschreibt beispielsweise ein US-amerikanischer Blogger (vgl. Mr Denmore 2011) den öffentlichen Rundfunk als «the last commons» und warnt vor dessen Abschaffung in einem «escalating war on the commons».

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

3.2.3 Vorgehen bei der Analyse von «Commons of the Mind»

Der Erforschung der Commons ist keine spezifische Methode zugeordnet. Elinor Ostrom pflegte eine ethnografische Herangehensweise – d.h. sie machte sich vor Ort ein Bild des institutionellen Arrangements um eine bestimmte geteilte Ressource. Auf Basis ihrer Beobachtungen entwickelte sie im Laufe der Jahre eine Liste von Merkmalen, die «funktionierende» Commons teilen (siehe Kapitel 3.2.1), wobei es aber für eine erfolgreiche kollektive Bewirtschaftung nicht zwingend ist, dass alle zutreffen. Wichtig sei vor allem, argumentierte Ostrom, dass Commons-Institutionen an den Kontext angepasst seien, in denen sie operieren. Bei der Erforschung oder Evaluation eines Commons ist es deshalb wichtig, das gesamte Gebilde zu erfassen und die einzelnen Bestandteile und ihr Zusammenspiel zu verstehen.

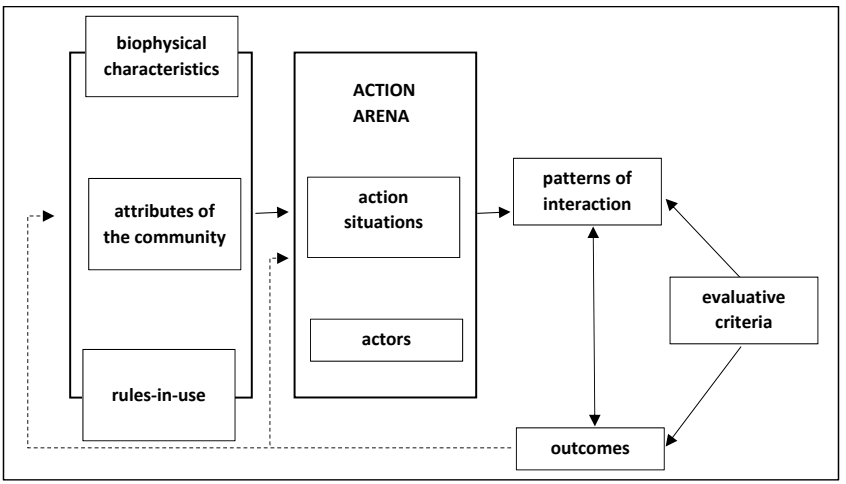
Zur Strukturierung der Analyse hat Ostrom (vgl. Ostrom/Hess 2007: 60) das «Institutional Analysis and Design-Framework» (siehe Abbildung 4) als Heuristik vorgeschlagen. Das Framework ist darauf angelegt, sowohl die statischen institutionellen Charakteristika (der linke Teil des Modells), als auch die Veränderungs- und Aushandlungsprozesse (der mittlere und rechte Teil) zu beleuchten. Der linke Teil, der sich mit den Charakteristika des Commons befasst, setzt sich aus drei Bereichen zusammen: physische und technische Gegebenheiten der Ressource, Zusammensetzung der Community und geltende Regeln (vgl. Ostrom/Hess 2007: 45–46).

Zur Beschreibung eines Commons gehören also als Erstes die **physischen und technischen Gegebenheiten der Ressource**. Die Ressource kann grundsätzlich durch ihre Größe und ihre (geografische) Ausdehnung, ihre Grenzen sowie ihre Kapazität und Reichhaltigkeit beschrieben werden. Daneben bestimmt die Technologie, auf welche Weise die Ressource genutzt werden kann. Gerade im Bereich Wissen und Information sind Commons-Charakteristika und Dilemmata teilweise erst durch die Möglichkeiten der neuen Technologien zum Thema geworden (vgl. Ostrom/Hess 2007: 46).

Das zweite Charakteristikum eines Commons sind die **Community** und ihre Merkmale. Anders als bei natürlichen Ressourcen ist es bei digitalen Ressourcen gar nicht so einfach, herauszufinden, wer dazugehört. Die Autorinnen schlagen vor, mit einer Aufstellung der folgenden drei Akteursgruppen zu beginnen: denjenigen, die eine digitale Ressource nutzen («Users»), diejenigen, die eine Ressource zugänglich machen bzw. die Infrastruktur dafür bereitstellen («Providers»), und denjenigen, die die Nutzung der Ressource überwachen («Policy Makers») (vgl. Ostrom/Hess 2007: 48).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Abbildung 4 Institutional Analysis & Design Framework



Quelle: nach Hess/Ostrom 2007b: 60

Das dritte Charakteristikum eines Commons sind die **geltenden Regeln**. Ostrom und Hess (vgl. 2007: 50) definieren Regeln als «shared normative understandings about what a participant in a position must, must not, or may do in a particular situation, backed by at least a minimal sanctioning ability for noncompliance.» Aus einer früheren Klassifikation von Nutzungsrechten (vgl. Schlager und Ostrom 1992) haben Ostrom und Hess (vgl. 2007: 52–53) verschiedene Eigentumsrechte abgeleitet, die für digitale «Knowledge Commons» gelten können: Zugang, Beitrag, Bezug, Entfernen, Managen/Beteiligen, Ausschließen und Verkaufen.

Wenn die Charakteristika des Commons geklärt sind, kann man sich der «**Action Arena**» in der Mitte des Modells zuwenden. Hier treffen die beteiligten Akteure die für den institutionellen Wandel nötigen Entscheidungen (vgl. ebd. 53). Um später Interaktionsmuster und «Outcomes» analysieren zu können, müssen die am Prozess beteiligten Akteure, ihre spezifische Rolle in der Situation und ihre Anreize zur Kooperation jedoch zuerst identifiziert werden (vgl. ebd. 54–55). Aus ihnen ergeben sich die Interaktionsmuster, die maßgeblich zum Erfolg oder Misserfolg einer Commons-Institution beitragen (vgl. ebd. 57).

Wie bei den natürlichen Ressourcen können auch bei den «Knowledge Commons» positive und negative «**Outcomes**» beobachtet werden (Ostrom/Hess 2007: 61): Positive Outcomes wären der offene und gleichberechtigte Zugang, sowie Qualität und Diversität der Ressource. Zu den negati-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ven Outcomes gehören «Enclosure», Ungleichheit, Abwertung, Verschmutzung, Instabilität oder fehlende Qualität – sie können als «Tragödien» verstanden werden. Hess und Ostrom gehen davon aus, dass eine Veränderung der physischen Charakteristika einer Ressource eine Anpassung der Institution nötig macht, um positive «Outcomes» zu liefern (vgl. ebd. 62). Die Evaluationskriterien dienen zur Bewertung der «Outcomes», aber auch der Interaktionsmuster (vgl. ebd. 62). Cole (2014) sieht die normative Einordnung in positive und negative Outcomes jedoch kritisch. Gerade im Bereich des intellektuellen Eigentums könne beispielsweise Offenheit je nach Position positiv oder negativ bewertet werden.

Eine institutionelle Analyse kann bei den institutionellen Charakteristika, bei der «Action Arena» oder bei den «Outcomes» ansetzen (vgl. Ostrom/Hess 2007: 44–45): Während sich der erste Zugang in stabilen Situationen anbietet, um die «Natur» der Ressource und der Commons-Institution zu erfassen, hilft eine Analyse der «Action Arena» dann, wenn die Aushandlungsprozesse interessieren. Beginnt eine Analyse bei den «Outcomes», soll anschließend an die Bestandsaufnahme in der Regel die Frage beantwortet werden, warum es sich um ein funktionierendes oder nicht funktionierendes Commons handelt.

Ostrom und Hess (2007b) zeigen anhand des Beispiels eines wissenschaftlichen Repositoriums, wie die Heuristik angewendet werden kann. Auch die vorliegende Arbeit nutzt die Heuristik. Einerseits wird sie herangezogen, um die Zusammenfassung der theoretischen Überlegungen dieses Kapitels zu strukturieren (siehe Kapitel 3.4.1). Andererseits orientiert sich das für die Analyse von «Media Commons» vorgeschlagene Analyseschema (siehe Kapitel 4.1) lose am IAD-Framework. Grundsätzlich wird dabei auf den linken und rechten Teil der Heuristik fokussiert. Der mittlere Teil – die Aushandlungsprozesse – wird nicht analysiert.

3.3 Commons-Forschung zu Medienorganisationen

Die Forschung im Bereich der «Commons of the Mind» widmet sich einer ganzen Reihe von Institutionen: zum Beispiel dem wissenschaftlichen Publikationswesen, Bibliotheken und Bildung (vgl. Ostrom/Hess 2007, Forrest/Halbert 2009, Council on Library and Information Resources 2010) oder der Entwicklung von Computersoftware (vgl. van Wendel de Joode/de Bruijn/van Eeten 2003). Übergeordneter Forschungsschwerpunkt ist dabei oft die Frage nach den intellektuellen Eigentumsrechten bei der kulturellen Produktion (vgl. Lessig 2001, Benkler 2003, Boyle 2003). Medi-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

enorganisationen bzw. Journalismus werden hingegen seltener thematisiert.

Für die Anwendung des Commons-Paradigmas in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gibt es jedoch, wie bereits gezeigt wurde (siehe Kapitel 3.2.1) zahlreiche Anknüpfungspunkte. Medienorganisationen stellen Wissen bereit («Knowledge Commons») und ermöglichen den kulturellen Austausch («Culture Commons») auf lokaler, nationaler oder globaler Ebene («Neighbourhood Commons», «Global Commons»). Außerdem können sie als Kommunikationsinfrastruktur («Infrastructure Commons») interpretiert werden. Eine übersichtliche Beschreibung der Commons-Forschung zu Medienorganisationen wurde aber bisher nicht geleistet. Einzig Uzelman (vgl. 2011: 289–292) widmete in einem Aufsatz ein kurzes Kapitel zu den «Commons in Communication and Cultural Studies». Dort unterscheidet er zwischen Anwendungen auf das Internet, auf intellektuelle und kulturelle Kreationen, und Forschung zu alternativen bzw. Community Medien. Uzelman ist – wie der folgende Überblick zeigen wird – auch einer der wenigen, der die Bezeichnung «Media Commons» zur Analyse von Medieninhalten und -organisationen verwendet.

Im Folgenden wird ein Überblick über den Forschungsstand zu den zwei Medienorganisationstypen gegeben, auf die das Commons-Paradigma am häufigsten angewendet wird: Community Medien und der öffentliche Rundfunk. Danach werden weitere Anwendungen des Commons-Paradigmas im Bereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft beschrieben, z.B. auf terrestrische Frequenzen, das Internet, Massive Multiplayer Online Games (MMOGs), sowie den Journalismus.

3.3.1 Kommunikationsplattformen und Community Medien

Wenn das Commons-Paradigma auf Medienorganisationen angewendet wird, dann oft auf offene Kommunikationsplattformen bzw. Community Medien. Gemäß einer Definition von Rennie (2006: 176) handelt es sich dabei um Medienplattformen «in which anyone can take part». Im Sammelband über die «Knowledge Commons» von Hess und Ostrom (2007a) zählt Bollier (vgl. 2007: 36) einige partizipative Medienformen auf – Blogs, Fotoplattformen oder Wikipedia –, jedoch keine journalistischen Plattformen. Im Folgenden werden drei Beiträge beschrieben, in denen Community Medien mithilfe des Commons-Paradigmas analysiert wurden. Alle drei Beiträge warnen davor, Community Medien auf die Möglichkeit zum Mitmachen zu reduzieren. Es müsse bedacht werden, dass diese Commons

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ohne entsprechende Governance-Mechanismen von ungleichen Machtverhältnissen geprägt seien, die zu «Tragödien» führen könnten.

Kidd (2003) beschreibt die Plattform «indymedia.org» bzw. das Independent Media Center (IMC) als «Communication Commons». Dieses Netzwerk aus etwa 60 autonomen, aber untereinander verbundenen Websites (vgl. ebd. 49) stelle wichtige Ressourcen bereit:

> «In just two years, the IMC network has become a critical resource for activists and audiences around the world, providing an extraordinary bounty of news reports and commentaries, first-person narratives, longer analyses, links to activist resources, and interactive discussion opportunities from around the world» (Kidd 2003: 50).

Indymedia knüpfe damit an eine Tradition radikaler Medienprojekte an, die sich von klassischen Medienorganisationen abgrenzen und mit deren Hilfe Aktivistinnen und Aktivisten sich gegen die Schließung der «Communication Commons» wehren (vgl. ebd. 51, 60–61). Das IMC vereine zudem ganz verschiedene «Commoners»: Globalisierungsgegnerinnen und -gegner, lokale Aktivistinnen und -aktivisten, sowie Anhängerinnen und Anhänger der «Open Source»-Bewegung (vgl. ebd. 60).

Dass Community Medien auch scheitern können, zeigt Uzelmans Beispiel von Vancouver Indymedia. Diese Plattform entstand 1999 im Rahmen des Protests gegen die WTO-Treffen in Seattle. Aufgrund der Prämisse der generellen Offenheit und des Verzichts auf ein Monitoring der Beiträge kam es zu einigen problematischen Vorfällen (vgl. ebd. 296): Erstens wurde das Netzwerk Zielscheibe von Hackerangriffen, Spaming und Trolling, zweitens zerstritten sich die Aktivistinnen und Aktivisten aufgrund frauenfeindlicher Äußerungen einer Person (vgl. ebd. 284–286). Uzelman warnt entsprechend davor, «Media Commons» zu romantisieren, denn sie seien «sites of continuous struggle» (Uzelman 2011: 293). Statt sich nur auf den offenen Zugang zu konzentrieren, müssten die soziale Beziehung unter den «Commoners» geklärt sowie ihre Abgrenzung gegenüber «Nicht-Commoners» definiert werden (vgl. ebd. 289). Deshalb definiert Uzelman den Begriff des «Media Commons» als «limited, community-managed resources founded upon crucial and constitutive exclusions» (ebd. 280).

Während Kidd (2003: 51) die «Communication Commons» klar von traditionellen, auch staatlich organisierten Medienunternehmen abgrenzt, untersucht van Vuuren (2004, 2006) staatlich lizenzierte und geförderte Community Radios in Australien als Commons. Auch sie stieß auf Konflikte zwischen Gruppierungen mit unterschiedlichen Interessen, Werten und Zielen, die sich um Sendezeit stritten (vgl. 2006: 38f.). Ähnlich wie

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Uzelman betont van Vuuren (vgl. ebd. 390), dass ein mediales Commons nicht auf die durch sie ermöglichte Öffentlichkeit reduziert werden darf, sondern dass das Governance-Regime entscheidend ist. Sie weist außerdem auf die «duale Funktion» von Community Medien hin: Ihre Rolle als Medienorganisation steht in ständigem Widerstreit mit der Aufgabe, die Bürgerinnen und Bürger durch Teilhabe zu ermächtigen («Empowerment»). Diese Commons seien gefordert, eine Balance zwischen «Medienzentrismus» und Förderung der Gemeinschaft zu finden. Sie müssen also ständig zwischen Professionalität und Partizipation abwägen (vgl. ebd. 305).

Ähnliche Herausforderungen diskutieren Forschende, die die Commons-Theorie zur Analyse von «Online Creation Communities» (OCC) wie beispielsweise Wikipedia analysieren (vgl. Pentzold 2016, Fuster Morell (2014). Auch Mestre (2013) betont, wie wichtig klare Regeln, gute Führung und Kommunikation für ein «Media Commons» seien. Er beschreibt dabei aber die Entwicklung einer Universitätsbibliothek in einen Ort, der Universitätsangehörigen Technologie und Expertise für multimediales Medienschaffen bietet. Zu erwähnen ist zudem das mit der New York University assoziierte und bereits mehrfach neu initiierte medienwissenschaftliche Gemeinschaftsnetzwerk «MediaCommons»: Dieses bietet eine Plattform für Medieninhalte und für die Diskussionen zu neuen Publikationsformen.

3.3.2 Öffentlicher Rundfunk als Commons

Ein zweiter Medienorganisationstyp, auf den das Commons-Paradigma angewendet wird, ist der öffentliche Rundfunk. Diese Verbindung wurde zuerst von Blumler und Coleman (2001) gemacht und dann von Coleman (2002) weiter ausgeführt. Den Autoren schwebte eine deliberative Plattform im Internet vor, auf der die gesamte öffentliche Kommunikation zu politischen Themen (dem «Common Good») moderiert wird. Sie hoffen, dass diese Plattform die nachlassende politische Partizipation der Bürgerinnen und Bürger wieder verbessert. Das «Civic Commons»[7] solle von einer

7 Es kann vermutet werden, dass die Idee eines «Civic Commons» angelehnt ist an das «House of Commons», dem Unterhaus des Parlaments des Vereinigten Königreichs. Anders als das Oberhaus, das «House of Lords», in dem ausgewählte Vertreterinnen und Vertreter des Adels und der Kirche einsitzen, setzt sich das Unterhaus aus demokratisch gewählten Vertreterinnen und Vertretern der einzelnen Wahlbezirke (also der Allgemeinheit) zusammen. Dieser politische Hintergrund wird jedoch im Beitrag nicht angesprochen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

unabhängigen Stelle geführt, staatlich gefördert und von der Zivilgesellschaft kontrolliert werden (vgl. Coleman 2002: 98). Die Rolle dieser unabhängigen Stelle ist für Blumler und Coleman zugeschnitten auf die British Broadcasting Corporation (BBC).

Gemäß Coleman muss sich die BBC aber auch «transformieren», um zum «Civic Commons» zu werden – schließlich hätten sich sowohl die Medien als auch die Ansprüche des Publikums an sie seit der Gründungszeit des öffentlichen Rundfunks verändert. Konkret beschreibt Coleman (vgl. 2002: 10–14) drei Transformationen:

- Die erste Transformation («**from transmission to interaction**») ist die Abkehr von der strikten «Ein-Weg-Kommunikation». Die digitale Technologie ermögliche ein direktes Feedback und die Auflösung traditioneller Sender- und Empfängerrollen.
- Die zweite Transformation betrifft die geografische Verankerung des öffentlichen Rundfunks («**from place to space**»). In einer globalisierten Welt müsse die Frage danach, wen die nationalen Medien eigentlich repräsentieren, neu gestellt werden.
- Die dritte Transformation betrifft die Überwindung der repräsentativen Demokratie («**from distance to deliberation**»). Digitale Technologien könnten die in früheren Zeiten bestehende Kluft zwischen Politikerinnen und Politikern und den Bürgerinnen und Bürgern verringern.

Die BBC müsse, so Coleman (vgl. 2002: 14), diese Transformationen umsetzen, indem sie erstens die interaktive Kommunikation fördert, zweitens Publika innerhalb und außerhalb der territorialen Grenzen bedient und drittens direkt-demokratische Partizipation ermöglicht. Dazu kommt das Prinzip des universellen Zugangs; dieses habe nach wie vor zu gelten.

Auch From (2005) verbindet das Konzept der Commons mit dem öffentlichen Rundfunk. Anders als Blumler und Coleman geht es ihr nicht um dessen politische, sondern um dessen kulturelle Funktion. From (2005: 63) beschreibt, wie «inhouse» produzierte TV-Drama-Serien für die Zuschauerinnen und Zuschauer einen «geteilten Referenzrahmen» («Shared Frame of Reference») bereitstellen, um über wichtige gesellschaftliche Werte nachzudenken – national und global. Sie zeigt dies anhand von zwei illustrativen Beispielen: den von Danmarks Radio (DR) produzierten Serien «Taxa» und «Better Times», die beide sowohl in Dänemark als auch in Schweden ausgestrahlt wurden. Durch eine Analyse der Presseberichterstattung kann From zeigen, wie ein Narrativ konstruiert wird, das die Sendungen sowohl im nationalen Kontext einbettet, als auch internationale Trends berücksichtigt. In eine ähnliche Richtung geht Zankers' (2004) Bei-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

trag: Sie nutzt den Begriff «Media Commons», um qualitative hochwertige TV-Programme für Kinder zu beschreiben. In ihrem Aufsatz äussert sie jedoch die Befürchtung, dass sich die Produzentinnen und Produzenten bei der neuseeländischen öffentlichen Rundfunkorganisation TVNZ zu stark am Markt orientieren und Kinder, ähnlich wie beim privat-kommerziellen Kindersender Nickelodeon, vor allem als Konsumentengruppe sehen.

Einen weiteren Vorschlag zur Verbindung von Commons und öffentlichem Rundfunk machte Murdock (2005a; 2005b). Er will den öffentlichen Rundfunk stärker mit zivilgesellschaftlichen und öffentlichen Institutionen wie Bibliotheken, Museen, Schulen sowie sozialen Bewegungen verbinden. Er stellt sich die BBC als Mittelpunkt eines Netzwerks der digitalen Commons vor, die er definiert als «a linked space defined by its shared refusal of commercial enclosure and its commitment to free and universal access, reciprocity, and collaborative activity» (2005a: 227). Diese Institutionen liefern fünf Ressourcen, auf deren Bereitstellung gemäß Murdock alle Menschen ein Recht haben (vgl. ebd. 216–217):

- **Information**: Das Recht auf umfassende und unparteiische Informationen zu aktuellen Ereignissen und Gegebenheiten sowie zu staatlichen und kommerziellen Institutionen.
- **Wissen**: Das Recht darauf, zu wissen, wie diese Informationen einzuordnen sind, d.h. auf eine Rahmung aus Erklärungen, Zusammenhängen und Möglichkeiten.
- **Deliberation**: Das Recht auf Zugang zu deliberativen Foren, wo Positionen getestet und hinterfragt sowie Konsequenzen abgewogen werden können.
- **Repräsentation**: Das Recht darauf, die eigenen Erfahrungen, Einstellungen und Hoffnungen auf konstruktive Weise abgebildet zu sehen.
- **Partizipation**: Das Recht, an kultureller Produktion und öffentlichen Debatten teilzunehmen.

Gemäß Murdock hat die BBC bei der Ausgestaltung ihrer Internetseite bereits einige Schritte unternommen, die in Richtung dieser «Digital Commons» gehen: Links zu weiterführenden Informationen ermöglichen das Erschließen zusätzlichen Wissens, Diskussionsforen ermöglichen die Deliberation, und die zeitversetzte Ausstrahlung von Sendungen sowie das Einspeisen eigener Videos ermöglichen Repräsentation und Partizipation. Das wichtigste Projekt ist jedoch das geplante audiovisuelle Archiv (vgl. ebd. 226–227). Dieses «Creative Archive» erwähnt auch Steemers (vgl. 2004: 10) in ihrem kurzen Artikel zur Erneuerung der Royal Charter 2006.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Ramsey (2013) hat die Ansätze von Coleman und Murdock zum Ausgangspunkt seiner Analyse gemacht. Sein Ziel war es, herauszufinden, inwiefern die Regulierung der BBC die Umsetzung eines «Civic Commons online» zulassen würde. Dafür evaluiert er die vom BBC Trust 2012 ausgearbeitete Online Service License (vgl. ebd. 870) und das BBC Agreement von 2006 (vgl. ebd. 872). Er kommt zu dem Schluss, dass die Dokumente der BBC nicht nur genug Spielraum lassen, um sich zum Commons zu entwickeln, sondern sie auch konkret in die Pflicht nehmen, die Zivilgesellschaft zu fördern (vgl. ebd. 874). Ramsey nennt jedoch drei «Hürden» für ein «Civic Commons online»: der Widerstand der privaten Medien gegen den Ausbau der Onlineplattform, die Kluft zwischen Online- und Offline-Nutzerinnen und Nutzern, und die Schwierigkeiten, die sich im Zusammenhang mit «User-Generated-Content» ergeben (Ramsey 2013: 874–875).

Die Commons erwähnt schließlich auch Knapskog (2010) in einem Artikel über die Bemühungen öffentlicher Rundfunkorganisationen in Europa, ihre Archive für die nicht-kommerzielle Nutzung zu öffnen. Dabei verweist er sowohl auf Murdocks Idee eines «Digital Commons», als auch auf die «Creative Commons» und andere «Open Content»-Lizenzen. Die Öffnung der Archive ist, so schreibt er, durch rechtliche und finanzielle Hindernisse gekennzeichnet (vgl. ebd. 56):

> «[…] although access to audiovisual archives may well be said to constitute a legitimate cultural right for citizens to explore and reflect on a common cultural memory, the idea of an accessible archive of free material is bound to stand in opposition to the interests of rights holders, revenue for the creators, and commercial exploitation of archive resources.»

Knapskog (vgl. 2010: 66) plädiert dafür, die Nutzung von Archiv-Ressourcen nicht aus ökonomischer, sondern aus gesellschaftlicher Perspektive zu bewerten. Zwar fehle es noch an einer konsistenten Regulierung, jedoch würden viele Länder die Archive der öffentlichen Rundfunkorganisationen in ihren Digitalisierungsstrategien erwähnen, zusammen mit öffentlichen Archiven und Bibliotheken (vgl. ebd. 64).

3.3.3 Weitere relevante Anwendungen

Neben Community Medien und dem öffentlichen Rundfunk wird das Commons-Paradigma mit weiteren, für die Publizistik- und Kommunikati-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

onswissenschaft relevanten Gegenständen in Verbindung gebracht, mit der technischen Infrastruktur für die öffentliche Kommunikation beispielsweise. Bollier (2002) argumentiert, dass Medienorganisationen knappe terrestrische Frequenzen nutzen und sich deshalb als Commons qualifizieren. Newell, Blevins und Bugeja (2009) bezeichnen das Frequenzspektrum selbst als ein «Broadcasting Commons» und kritisieren dessen «Verschmutzung» durch Werbung (vgl. ebd. 215). Anhand einer Befragung untersuchten sie, wie Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer die ethische und regulatorische Situation von Produktplatzierungen und Infotainment bewerten und wie sie die eigene Kompetenz, diese zu erkennen, einschätzen.

Mueller (2010) definiert zudem den «Address-Routing-Space», bzw. die IP-Adressen als Common Pool Resourcen. Für die Vergabe von IP-Adressen sind fünf «Regional Internet Registries» (RIRs) zuständig, die als Non-Profit-Organisationen je eine Weltregion bedienen und zusammen ein «Governance Regime» bilden (vgl. ebd. 407). Aufgrund der kommunitaristischen Tradition der RIRs sei es derzeit undenkbar, dass IP-Adressen zu einem handelbaren Eigentum werden, schreibt Mueller. Dies führt jedoch zum Problem, dass nicht mehr benützte IP-Adressen kaum je zurückgegeben werden. Um einen Engpass zu vermeiden, müssten alle Nutzerinnen und Nutzer die aktuelle IP-Version 4 durch Version 6 ersetzen, auch wenn die Konvertierung eine Reihe von Problemen mit sich bringt (vgl. ebd. 409).

Benkler hat sich sowohl mit der Verteilung terrestrischer Frequenzen als auch mit dem Internet auseinandergesetzt. Er nutzte den Commons-Begriff, um eine Abkehr von der bestehenden Rundfunklizenzierung hin zu einer Selbstregulierung terrestrischer Frequenzen zu fordern (Benkler 1998). Er beschrieb außerdem eine neue «Informationsökonomie der Netzwerkgesellschaft» (Benkler 2003, 2006), die sich durch «Commons-Based Peer-Production» (vgl. Benkler 2006: 60) auszeichnet – wobei er mit «Commons» schlicht das Gegenteil von Eigentum meint. Das Internet als Kommunikationsnetzwerk ermögliche eine «radikale Dezentralisierung» und damit auch eine Abkehr von kommerziellen und staatlich organisierten Massenmedien (vgl. ebd. 32). Der von der EU finanzierte Forschungsverbund «netCommons» (o.J.) setzt bei dieser Überlegung an: Forscherinnen und Forscher von verschiedenen Universitäten sind aktuell dabei, solche «community networks», die eine alternative Kommunikationsinfrastruktur bereitstellen, zu erfassen und zu analysieren.

Lehman Schlozman, Verba und Brady (2011) verstehen das Internet ebenfalls als einen demokratischen Kommunikationsraum, beziehen sich

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dabei aber auf die Möglichkeiten zur Verbesserung politischer Kommunikationsprozesse. Sie sprechen deshalb von einem «Public Commons»:

> «From the Greek agora to the Habermasian public sphere, the public commons is a space, open to all citizens, where political discourse and contestation take place; where citizens gather to discuss and possibly influence public policy; where they inform each other about relevant facts and share and debate their preferences. In the ideal commons, discussion is open and civil and essential to democracy.» (Lehman Schlozmann/Verba/Brady 2011: 121)

Solche «Public Commons» könnten die Form von Stadtversammlungen oder nationalen Kampagnen annehmen und neuerdings auch im Internet stattfinden, dem «virtual space for citizen communication» (ebd.). Lehman Schlozman, Verba und Brady (2011: 123) untersuchten den Einfluss des Internets auf das politische Verhalten und die Förderung gleichberechtigter Teilhabe während der US-Präsidentschaftswahlen 2008. Ihr Fazit ist verhalten: Statt einer Verbesserung des Onlinediskurses fanden sie eine Reproduktion der bestehenden politischen Stratifikation (vgl. ebd. 136).

Zu einem ernüchternden Fazit kommt auch Murphy (2017), der sich unter dem Stichwort «Media Commons» der globalen Berichterstattung über den Umweltschutz widmet. Medienwandel sei dringend nötig, schreibt er, da sich die neoliberale Prägung globaler Mediensysteme auch auf die Berichterstattung auswirke. Entsprechend würden die ökonomischen Interessen klar dominieren und die ökologischen zu kurz kommen. Um die Dominanz ökonomischer Interessen geht es auch in Studien, die das Commons-Paradigma nutzen, um die Kommodifizierung unbezahlter Medienproduktion in «Peer-Based»-Netzwerken zu kritisieren. Mejias (vgl. 2013: 19–20) illustriert dies anhand der von Google Maps überflüssig gemachten «Bottom-Up»-Initiative «Bike Maps». Dies sei ein Beispiel dafür, wie kommerzielle Organisationen von unbezahlter Freiwilligenarbeit profitieren, die eine Community in sozialen Netzwerken investiert. Eine ähnliche Kritik formuliert Uzelman (2011: 283) am Beispiel von kommerziellen Nachrichtenportalen, die unbezahlte Arbeit von Freiwilligen als «Bürgerjournalismus» nutzen:

> «While undoubtedly participatory, these businesses have found a way to secure cheap and even free labour while producing content that very much resembles mainstream journalism».

Explizit mit dem Spannungsfeld zwischen «Commons» und «Commodity» beschäftigen sich auch Coleman und Dyer-Witherford (2007) in ihrer

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Studie zu Online-Games. Sie beschreiben unter anderem die sogenannten «Massive-Multiplayer Online Games» (MMOGs), wo Tausende Spielerinnen und Spieler aufeinandertreffen (vgl. ebd. 943). Obwohl die Spiele im Eigentum der sie entwickelnden Organisation verbleiben, ist die Spieleindustrie auf die Zusammenarbeit («Co-Creation») mit den Spielenden angewiesen:

> «[…] in practice owners must constantly track player activity, solicit feedback, update and refine code, and rebalance the game in response to their populations, or risk disaster as players abandon boring or buggy MMOGs for those rivals, who on occasion even court wholesale defections by important guilds or clans» (Coleman/Dyer-Witherford 2007: 945).

Entsprechend hat die Spieleindustrie ein gespaltenes Verhältnis zu den «Games Commons»: Während sie Urheberrechtsverletzungen generell kriminalisiert, toleriert sie sie an anderer Stelle oder fördert sie gar, wenn es ihren kommerziellen Interessen dient (vgl. ebd. 936).

Im einzigen Beitrag des Sammelbandes «Governing Knowledge Commons», der sich mit Journalismus befasst, geht es ebenfalls um Urheberrechte (Frischmann/Madison/Strandburg 2014)[8]. Murray (2014) beschreibt darin die Tauschpraktiken zwischen Zeitungsredaktionen im 19. Jahrhundert. Da journalistische Texte damals, anders als Bücher, nicht urheberrechtlich geschützt waren, vertraute man auf einen informellen moralischen Code. Eine finanzielle Abgeltung bei der Übernahme von Text war nicht üblich, jedoch der Verweis auf die Quelle – dies wurde jedoch nicht immer gemacht.

Mit der schwierigen Finanzierung der journalistischen Produktion in der heutigen Zeit setzt sich schließlich Kiefer (2011) auseinander. In einem institutionenökonomischen Ansatz wendet sie das Konzept der Commons auf die gesamte Profession an. In Anlehnung an Levine (2007) definiert Kiefer (2011: 12, 16) die beiden Ressourcen Information und Wissen, die im Journalismus bereitgestellt werden, als «Libertarian Commons» und die journalistische Profession als «Associational Commons». Während Journalismus im ersteren Fall also eine öffentliche Ressource darstellt, die alle Gesellschaftsmitglieder nutzen und zu der sie manchmal auch beitra-

8 Diese Fallstudie ist eine von 14, die Sanfilippo, Frischmann und Standburg (2018) später verwenden, um über «Privacy» als ein Commons zu schreiben. Sie schlagen darin ein Framework zu Analyse von «Knowledge Commons» bezüglich Privatsphäre-Aspekten vor.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gen, ist Journalismus im zweiten Fall ein Gut, das von einer Gruppe – also der journalistischen Profession – kontrolliert wird. Anhand der von Ostrom herausgearbeiteten Design-Prinzipien erfolgreicher Commons modelliert Kiefer eine kollektive Journalismusförderung: Die Profession entscheidet selbst, wer gefördert wird, erhält dazu jedoch finanzielle Mittel vom Staat. Die Anwendung ihres Modells auf öffentliche Rundfunkorganisationen müsse noch geprüft werden, sagt Kiefer (ebd. 14).

3.4 Ansatzpunkte für die Entwicklung des «Media Commons»

In diesem Kapitel wurde der Begriff des Commons definiert und ein Überblick über seine theoretische und empirische Anwendung gegeben. Es wurden verschiedene Begriffsinterpretationen, die Erforschung der «Commons of the Mind» und die Anwendung des Begriffs auf Medienorganisationen diskutiert. Es hat sich gezeigt, dass Uzelman (2011) einer der Wenigen ist, der den Begriff des «Media Commons» benutzt, um Medieninhalte und -organisationen zu untersuchen. Andere Beiträge nennen Medienorganisationen bzw. ihre Inhalte «Cultural Commons», «Knowledge Commons», «Civic Commons», «Public Commons», «Broadcast Commons» oder «Digital Commons». Für die Ausarbeitung des neuen Leitbegriffs bieten diese Anwendungen, genau wie die Commons-Forschung von Elinor Ostrom, jedoch zahlreiche wichtige Anknüpfungspunkte. Im Folgenden wird versucht, anhand der Elemente des bereits eingeführten IAD-Frameworks (siehe Kapitel 3.2.3) gedankliche Ordnung zu schaffen. Gleichzeitig werden konzeptionelle Stolpersteine benannt, die auch die vorliegende Studie nicht auflösen kann und die der Grund dafür sein dürften, warum die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft die Commons bisher nicht in ihr Curriculum aufgenommen hat. Das Kapitel wird mit dem Vorschlag von fünf Perspektiven zur Erforschung von «Media Commons» abgeschlossen.

3.4.1 Zusammenfassung und Kritik des Besprochenen

Eine erste Frage, die das IAD-Framework (vgl. Ostrom/Hess 2007: 60) stellt, ist die nach der **Ressource**, die ein Commons bereitstellt. Ostrom und Hess (2003: 128–130) haben eine dreiteilige Beschreibung für die «Commons of the Mind» bzw. die «Knowledge Commons» vorgeschlagen, bestehend aus Idee, Artefakt und Fazilität. Diese Dreiteilung lässt sich

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

auf die gerade diskutierte Literatur (siehe Kapitel 3.3.3) anwenden. Bezüglich der Idee, also der immateriellen Wertschöpfung, wird in den Beiträgen auf den innovativen und kreativen Output der Medienorganisationen verwiesen. Es wird zudem von Information, Wissen, Kultur oder Unterhaltung gesprochen. Als Artefakte werden Reportagen, Kommentare, Berichte, Analysen, Foren, Serien, Games oder User-Generated-Content erwähnt, als Fazilitäten das Internet, Archive, MMOGs, Nachrichtenportale, Indymedia, oder BBC online.

Der Versucht, die Ressourcen eines «Media Commons» zu definieren, enthüllt jedoch einen **ersten konzeptionellen Stolperstein**. Denn nicht alle Vorschläge zu den Ressourcen, die Medienorganisationen bereitstellen, lassen sich hier zweifelsfrei einordnen: So bereiten beispielsweise die Einordung von drei der fünf Ressourcen, die Murdoch (2005a: 2016–2017) für den öffentlichen Rundfunk als «Digitale Commons» vorgeschlagen hat – Deliberation, Repräsentation, Partizipation – Schwierigkeiten. Ähnlich sieht es mit Vorschlägen wie «Ermöglichung von Öffentlichkeit» oder «gemeinsamer Referenzrahmen» aus – sind dies Ressourcen oder vielleicht ein «Outcome»? Es wird also deutlich, dass das vorgeschlagene IAD-Framework ein zu enger Rahmen sein könnte, um über die vielen Ressourcen zu sprechen, die ein «Media Commons» bereitstellt, und die Funktionen, die es damit erfüllt.

Neben der Ressource sieht das IAD-Framework die Beschreibung der **Community** und der Interaktionsmuster zwischen den beteiligten Akteuren in der «Action Arena» vor. Ostrom und Hess (2007: 48, 52–53) schlagen vor, die «Commoners» anhand von drei Rollen – «Users», «Providers», «Policy-Makers» – einzuordnen. Auch diese Einteilung lässt sich auf die vorhin diskutierte Literatur anwenden. Zu den «Nutzenden» gehören grundsätzlich alle, die das wollen – Rezipientinnen und Rezipienten, Aktivistinnen und Aktivisten, Gamerinnen und Gamer. Zu den «Bereitstellenden» gibt es zwei Deutungen: Entweder sind dies alle, die das wollen, oder aber Medienschaffende, die den Journalismus professionell betreiben. Zu den «Regulierenden» werden weniger konkrete Angaben gemacht; es wird aber vage auf die Selbstregulierung durch die «Commoners» verwiesen und auf den Staat.

Die Beschreibung der «nutzenden» Akteure macht einen **zweiten konzeptionellen Stolperstein** sichtbar: Die Frage nach der richtigen Größe des «Media Commons», also seiner geografischen Ausdehnung bzw. der Zahl der involvierten «Media Commoners». Da die Ressourcen der «Commons of the Mind» grundsätzlich keine geografischen Grenzen vorgeben (siehe Kapitel 3.2), wird die Größe allein durch die Institutionalisierung

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

bestimmt. Auch wenn sich die Beschäftigung mit «Global Commons» inzwischen etabliert hat, so besteht weiterhin das Problem, dass kollektives Handeln in großen Gruppen schwierig zu organisieren ist. Entsprechend eindringlich warnt Uzelman (2011: 294) denn auch davor, «Media Commons» ohne oder mit sehr weit gesetzten Grenzen zu konzeptualisieren:

> «[…] when we expand the commons concept to resources that are national or global in scale […], the community of commoners also expands to similar proportions, and consequently, vast differences of power are lost in the warm glow of signifiers without specific content such as humanity or common heritage.»

Diese Warnung ist nicht unbegründet, jedoch gibt es Probleme, die sich nicht regional, sondern nur auf nationaler, transnationaler oder gar globaler Ebene lösen lassen, oder deren Lösung danach verlangt, dass sehr viele Menschen zusammenarbeiten. Dazu gehört die Organisation der öffentlichen Kommunikation.

Ein **dritter konzeptioneller Stolperstein** ergibt sich aus der Frage nach den «bereitstellenden» Akteuren: Sind es alle, die das wollen, oder nur Medienschaffende, die den Journalismus professionell betreiben? Uzelman (2011) beschreibt eindrücklich, wie das Credo der generellen Offenheit zur Tragödie führen kann: Vancouver Indymedia scheiterte, weil fehlendes Monitoring der Beiträge problematisches Verhalten nach sich zog (vgl. ebd. 284, 296). Auch van Vuuren (2004) beschrieb die Schwierigkeit bei der «Co-Kreation» mit Laien einen akzeptablen Qualitätsstandard zu halten. Es scheint also angezeigt, Medienorganisationen bzw. Journalismus wie von Kiefer (2011) vorgeschlagen, «doppelt» zu denken: Sowohl als offenes «Libertarian Commons» als auch als geschlossenes «Associational Commons». Oder aber es werden, wie von Ostrom und Hess (2007) vorgeschlagen, abgestufte Nutzungsrechte vergeben: Je nach Status haben die «Commoners» dann das Recht zum Zugang, Beitrag, Bezug, Entfernen, Managen/Beteiligen, Ausschließen oder Verkaufen.

Daran schließt die dritte Frage des IAD-Frameworks nach den geltenden **Regeln** an. Ostrom und Hess unterscheiden zwischen formalen Regeln («Rules in Form») und Gewohnheitsregeln («Rules in Use»). Diese Regeln legen fest, was die beteiligten Akteure in bestimmten Situationen tun dürfen und was nicht, und welche Sanktionen ihnen bei Nichteinhaltung drohen (vgl. Ostrom/Hess 2007: 50). In der besprochenen Literatur wird sowohl auf Selbstregulierungsmaßnahmen, als auch auf staatliche Rundfunkregulierung und das Urheberrecht verwiesen. Als konkrete Regulierungsmaßnahmen wurden die Lizenzierung und die Vergabe von Frequenzen,

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

die öffentliche Finanzierung, die Werberegulierung, die Pflicht zur Rechenschaft, sowie Regeln bezüglich «User-Generated-Content» und intellektuellem Eigentum angesprochen.

Mit den geltenden Regeln ist ein **vierter konzeptioneller Stolperstein** angesprochen: das ambivalente Verhältnis der Commons-Forschung zum Staat. Von den gerade vorgestellten Beiträgen haben die einen argumentiert, dass ein Commons keine staatliche Beteiligung vorsieht, andere haben dem Staat eine wichtige Rolle zugesprochen. Darin zeigen sich nun die drei Interpretationen der Commons, die einleitend besprochen wurden (siehe Kapitel 3.1) und die sich insbesondere danach unterscheiden, ob sie staatliche Regulierung zur Verhinderung einer «Tragödie der Commons» akzeptieren oder nicht. Ostrom selbst zählt zwar zu den «Common Pool Resource-Theoretikerinnen und Theoretiker», und bevorzugt entsprechend einen «dritten Weg». Eines der Erfolgskriterien für funktionierende Allmenden auf ihrer Liste ist jedoch, dass der Staat die von den «Commoners» selbst ausgehandelten Regeln akzeptiert und sie bei der Sanktionierung unterstützt. Dies kann als ein Votum für Co-Regulierung bzw. regulierte Selbstregulierung gedeutet werden.

Schließlich verlang das IAD-Framework nach einer Evaluation des **Outcomes.** Das Hauptproblem der «Commons of the Mind» ist, wie wir bereits gesehen haben (siehe Kapitel 3.2), nicht der übermäßige, sondern gerade der fehlende oder verunmöglichte Konsum (Helfrich/Bollier 2012: 20). Deshalb kann hier auch der von Heller (1998) vorgeschlagene Begriff des «Anti-Commons» verwendet werden. Gemäß Ostrom und Hess (2007: 61) zielt die Evaluation des Outcomes jedoch nicht nur auf «Tragödien» ab: Sowohl bei den «Commons of the Earth» als auch bei den «Commons of the Mind» können positive und negative «Outcomes» beobachtet werden.

Die besprochene Literatur erwähnt einige negative Outcomes für Medienorganisationen: Erstens wird von «Einhegung» («Enclosure») gesprochen, also davon, dass die von Medien produzierten Inhalte nicht offen zugänglich sind bzw. nicht weiterverwendet werden können. Zweitens wird fehlende Nachhaltigkeit oder «Nicht-Bereitstellung» als Tragödie beschrieben. Drittens kommt es zur «Verschmutzung» der Ressourcen durch Werbung oder durch Kommodifizierung. Viertens kommt es zu Konflikten wegen unausgewogener Repräsentation im öffentlichen Diskurs oder im Rahmen der kulturellen Produktion. Positive Outcomes eines «Media Commons» sind hingegen, wenn Medienorganisationen ihre Ressourcen nachhaltig bereitstellen, gleichberechtigten Zugang, Deliberation, Repräsentation und Partizipation ermöglichen, und wenn ihren Inhalten Qualität und Diversität attestiert wird.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Die Frage nach den Outcomes enthüllt einen **fünften konzeptionellen Stolperstein** im Bereich der «Commons of the Mind»: ihre schwierige Finanzierung. Werbefinanzierung und kommerzielle Geschäftsmodelle von Medienorganisationen werden von einigen Forschenden kategorisch abgelehnt, jedoch wird nicht immer eine Alternative zur Sicherung eines Einkommens für die Produzentinnen und Produzenten erwähnt. Einige der besprochenen Beiträge beschreiben «Media Commons» als «Bottom-Up»-Initiativen, die ganz auf freiwilliger Arbeit beruhen. Andere Beiträge kritisieren den Umstand, dass solche Freiwilligenarbeit durch die Medienindustrie kommodifiziert wird. Weitere Beiträge schlagen eine kollektive, durch den Staat organisierte Finanzierung vor (vgl. Kiefer 2011), insbesondere diejenigen zum öffentlichen Rundfunk (z.B. von Coleman 2004). Bezüglich der Finanzierung zeigen sich also erneut die verschiedenen Interpretationen des Commons-Begriffs, die am Anfang dieses Kapitels beschrieben wurden.

3.4.2 Fünf Perspektiven zur Erforschung von «Media Commons»

Auf Basis der Überlegungen in diesem Kapitel werden nun fünf Perspektiven zur Erforschung von «Media Commons» vorgeschlagen. Diese bilden die Grundlage für die Ausarbeitung konkreter Merkmale, die Medienorganisationen aufweisen müssen, um dieses Prädikat zu erhalten (siehe Kapitel 4.1). So kann das Konzept für die Beantwortung der eingangs aufgestellten Forschungsfrage auch empirisch bearbeitbar gemacht werden. Die fünf Perspektiven, die hier kurz beschrieben, und in den folgenden Kapiteln weiter ausgearbeitet werden, sind: Aufgabe, Organisationsstruktur, Kollaboration, Zugang zu Inhalten und Outcome (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6 Analyseperspektiven für «Media Commons»

Perspektive	Frage
Aufgabe	Welche Ressourcen soll die Organisation bereitstellen?
Organisationsstruktur	Entspricht die Organisation der Idee eines «dritten Weges»?
Kollaboration	Können Externe und das Publikum mitproduzieren?
Zugang zu Inhalten	Ist der Zugang zu den bereitgestellten Ressourcen gewährleistet?
Outcome	Funktioniert diese Organisation nachhaltig?

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Die erste Möglichkeit, Medienorganisationen aus der Commons-Perspektive zu betrachten, erfolgt mit Blick auf die **Aufgabe**, die sie erfüllen. Konkret stellt sich hier die Frage nach den Inhalten, die diese Organisationen produzieren, und nach den Distributionskanälen, über die sie diese verbreiten. Diese Perspektive nimmt die Idee des IAD-Frameworks auf, dass bei der Analyse eines Commons zuerst einmal die Ressource, die bereitgestellt wird, sowie ihre physisch-technischen Charakteristika beschrieben werden sollen. In dieser Perspektive geht es auch um die Fragen, welche Funktion diese Ressourcen für die Gesellschaft erfüllen und weshalb sie als schützenswertes öffentliches Gut gelten sollten.

Die zweite Möglichkeit, Medienorganisationen aus der Commons-Perspektive zu betrachten, ist der Blick auf die **Organisationsstruktur**. Es hat sich gezeigt, dass eine gesellschaftliche Fundierung ein essenzielles strukturelles Merkmal eines «Media Commons» ist. Des Weiteren stellt sich in dieser Perspektive die Frage danach, wer die «Commoners» sind, in welcher Beziehung sie zur Medienorganisation stehen und welche Mitbestimmungsrechte sie haben. Hier wird auch die Idee aufgenommen, dass es sich beim Commons um einen «dritten» Weg handeln sollte, d.h. um eine Organisation, bei der jedoch weder Markt noch Staat viel Einfluss haben.

Die dritte Möglichkeit, Medienorganisationen aus der Commons-Perspektive zu betrachten, ist der Fokus auf die Produktion der Inhalte, also das «Tagesgeschäft». Hier stellt sich die Frage, wer am Prozess der Inhaltsproduktion beteiligt ist, und ob es dabei zu einer **Kollaboration** zwischen der Kulturindustrie und dem Publikum kommt. Hier wird der von Murdock thematisierte Anspruch auf Partizipation angesprochen und mit Coleman gefragt, ob die Medienorganisation den Übergang von Transmission zu Interaktion geschafft hat. Insgesamt nimmt diese Perspektive die Forderung der sozialen Bewegung nach einer «offenen Kultur» auf.

Die vierte Möglichkeit, Medienorganisationen aus der Commons-Perspektive zu betrachten, ist die Frage nach dem **Zugang zu den Inhalten**. Diesbezüglich postuliert das Commons-Paradigma unlimitierten, offenen Zugang und argumentiert, dass zwar die Produktion, nicht aber die Nutzung dieser Ressourcen zu Mehrkosten führt. Entsprechend dürfte es nicht zu einer Einhegung der Inhalte («Enclosure») kommen. Diese Perspektive nimmt die Forderung der «Access to Knowledge»-Bewegung und die Forderung nach Zugang zum kulturellen Erbe der Menschheit auf.

Die fünfte Möglichkeit, Medienorganisationen aus der Commons-Perspektive zu betrachten, ist über den «**Outcome**». Hier stellt sich die Frage, wie «reichhaltig» die bereitgestellten Ressourcen sind, inwiefern das «Media Commons» gesellschaftlichen Rückhalt genießt und ob es insgesamt

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

nachhaltig funktioniert. Diese Perspektive liefert also einen «Realitätscheck» und prüft, ob die an die Medienorganisation gestellten Aufgaben erfüllt werden. Wie im IAD-Framework vorgeschlagen, können hier verschiedene Kriterien für die Evaluation festgelegt werden.

Im nächsten Kapitel wird anhand dieser fünf Perspektiven zur Erforschung von «Media Commons» ein detailliertes Analyseschema entwickelt. Auf Basis wissenschaftlicher Literatur aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft werden für jede Perspektive einige konkrete Merkmale und entsprechende Forderungen festgelegt. Außerdem werden sieben Thesen für die Analyse öffentlicher Rundfunkorganisationen als «Media Commons» aufgestellt; einerseits aus Sicht der Institutionalismusforschung, andererseits aus Sicht der vergleichenden Medienpolitikforschung.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

4 Analyseschema und Thesen zum öffentlichen Rundfunk

Das theoretische Ziel der vorliegenden Studie ist, das «Media Commons» als neuen Leitbegriff für die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zu entwickeln. Wie einleitend gesagt (siehe Kapitel 1), hält das Commons-Paradigma Forschende dazu an, Institutionen ganzheitlich zu denken. Entsprechend interessieren nicht nur die Medieninhalte, sondern auch die strukturellen Merkmale von Medienorganisationen. Die Grundlagen für den neuen Leitbegriff wurden bereits erarbeitet und es wurden fünf Perspektiven zur Analyse von «Media Commons» vorgeschlagen (siehe Kapitel 3.4.3). Diese fünf Perspektiven werden nun in einem Analyseschema mit 18 Merkmalen und entsprechenden Forderungen konkretisiert. Dazu wird für jede Perspektive – in der gebotenen Kürze – ausgewählte publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Literatur besprochen.

Neben der Konkretisierung des Leitbegriffs werden hier zudem vier Thesen zu den institutionellen Merkmalen des öffentlichen Rundfunks und seiner Eignung als «Media Commons» aufgestellt. Institutionen sind «Phänomene […], die Regelhaftigkeit bewirken» (Hasse/Krücken 2008: 163) und die aus historischer, soziologischer oder ökonomischer Sicht betrachtet werden können. Die Basis für diese Thesen bilden wissenschaftliche Analysen zum öffentlichen Rundfunk. Insbesondere die Studie von Jarren et al. (2001) zum «Öffentlichen Rundfunk im Netzwerk», die Studie von Raats, van den Bulck und d'Haenens (2015) zu «Benchmarks» des öffentlichen Rundfunks und Knapskogs (2010) Aufsatz zu digitalen Archiven öffentlicher Rundfunkorganisationen decken einige Merkmale des «Media Commons» ab und zeigen den institutionellen Wandel im digitalen Zeitalter auf.

Drei weitere Thesen werden im Hinblick auf die vergleichende Analyse öffentlicher Rundfunkorganisationen aufgestellt. Diese Thesen machen Aussagen dazu, ob es einen Zusammenhang zwischen dem Grad der Eignung einer öffentlichen Rundfunkorganisation als «Media Commons» und ihrem politisch-ökonomischen Kontext gibt. Die vergleichende Forschung ist sowohl in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft als auch in der Medienpolitikforschung im Trend und hat inzwischen einige Typologien hervorgebracht, die hier als Anknüpfungspunkte dienen können: die

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

drei Modelle von Medien und Politik von Hallin und Mancini (2004), oder die vier Regulierungsstile von Arnold (2014) beispielsweise.

4.1 Merkmale und Forderungen an ein «Media Commons»

Die fünf Perspektiven zur Erforschung eines «Media Commons» werden nun auf Basis ausgewählter Forschungsliteratur aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Trends diskutiert. Konkret werden 18 Merkmale und entsprechende Forderungen vorgeschlagen, die später zur Analyse von Medienorganisationen genutzt werden können. Durch den Rückgriff auf die Fachliteratur wird gezeigt, dass sich der neue Leitbegriff sehr gut im Fach verorten lässt. Das heißt, es wird im Fach zu allen Merkmalen, die für das «Media Commons» vorgeschlagen werden, Forschung betrieben, auf die bei einer Anwendung des neuen Leitbegriffs zurückgegriffen werden kann. Zugleich wird nur sehr selten ein expliziter Bezug zur Commons-Forschung hergestellt. Dies wird im Folgenden nachgeholt.

4.1.1 Die Aufgabe des «Media Commons»

Die erste Möglichkeit, eine Medienorganisation auf ihre Eignung als «Media Commons» hin zu prüfen, erfolgt mit Blick auf die Aufgabe, die sie zu erfüllen hat. Konkret stellt sich hier die Frage nach den Inhalten, die Medienorganisationen produzieren, den Zielen, die sie damit erreichen, und den Kanälen und Plattformen, auf denen sie ihre Inhalte verbreiten bzw. bereitstellen sollen. Entsprechend werden für diese Perspektive drei Merkmale vorgeschlagen: Ressourcen, Funktionen, Distributionskanäle.

Zur primären **Ressource**, die Medienorganisationen bereitstellen – den Medieninhalten –, wird in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft intensiv geforscht. Die Medieninhaltsanalyse ist denn auch die klassische Methode dieses Faches, und es fehlt nicht an Handbüchern, die sie beschreiben (vgl. Krippendorff 2013). Medieninhaltsanalysen fragen beispielsweise danach, welche «Frames» die Medienschaffenden benutzen, mit welcher Häufigkeit und in welchen Ressorts über ein Thema berichtet wird, wie sich Formate entwickeln und wie die Qualität einzuschätzen ist. Auch die Entwicklung von Titeln wird beobachtet: Studer (2018) beispielsweise untersuchte, wie sich die Medienstruktur in der Schweiz zwischen 1968 und 2013 verändert hat. Kiefer (2010, 2011) hat zudem die institutio-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

nelle Verbindung zwischen Medienorganisationen und Journalismus diskutiert. Journalismus kann, genau wie unterhaltende oder künstlerische Medieninhalte, innerhalb einer Medienorganisation produziert werden oder aber unabhängig davon stattfinden.

Die Ziele oder **Funktionen**, die Medienorganisationen durch die Bereitstellung von Medieninhalten erfüllen sollen, werden im Fach ebenfalls untersucht. Funktionsbeschreibungen finden sich unter anderem in systemtheoretischen Ansätzen: So argumentierte Marcinkowski (1993) beispielsweise, dass die Medien durch Publizität, also das «Öffentlichmachen», die Fremd- und Selbstbeobachtung der gesellschaftlichen Teilbereiche ermöglichen. Funktionen können weiter aus der Forschung zum journalistischen Selbst- und Rollenverständnis abgeleitet werden: Journalistinnen und Journalisten verstehen sich beispielsweise als neutrale Instanz, Wachhund, Kommentator, Verkäuferin oder Dienstleister (Bonfadelli et al. 2011: 21). Die Frage nach der Funktion wird zudem aus Sicht der «Kommunikationsrechte» diskutiert. Murdoch (1999: 11–12) beispielsweise attestierte dem Fernsehpublikum ein Recht auf Information, Erfahrung, Wissen und Partizipation.

Die **Distribution** von Medieninhalten erfolgt über verschiedene Kanäle. Traditionell waren die Distributionskanäle für die Presse das Papier und für Radio und Fernsehen die terrestrischen Frequenzen. Der technische Fortschritt – die Einführung von Kabelnetz, Satellit und Internet, sowie generell die Digitalisierung – hat die Kapazitäten im Bereich der elektronischen Medien jedoch stark erhöht (vgl. Schweizer et al. 2014: 510) und der Presse die Möglichkeit gegeben, ihre Artikel digital zu publizieren. Inzwischen haben sich zudem neue digitale Plattformen etabliert, über die auch Medieninhalte verbreitet werden. Van Dijck, Poell, und de Waal (2018) beschreiben, wie unser tägliches Leben in dieser «Plattformgesellschaft» aussieht: Wir benutzen digitale Plattformen, um ein Taxi zu buchen (Uber), eine private Unterkunft zu mieten (AirBnB) oder ein Bildungsangebot zu finden (Coursera). Im Medienbereich nutzen wir soziale Medien (Facebook, Twitter, Instagram) und «Video-Sharing-Plattformen» (YouTube) um Medieninhalte bereitzustellen und zu konsumieren.

Zusammenfassend kann gesagt werden (siehe Tabelle 7): Um einem «Media Commons» im Sinne der Aufgabe zu entsprechen, muss eine Medienorganisation klar definieren, welche Ressourcen sie bereitstellt, welche Funktionen sie damit erfüllt und welche Distributionskanäle sie zur Verbreitung nutzt. Bezüglich der dazu formulierten Forderungen gibt es jedoch kein eigentliches Richtig oder Falsch – sie zielen nur auf

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

eine Deskription ab. Diese Perspektive dient vor allem dazu, Medienorganisationen überhaupt erst als solche zu identifizieren.

Tabelle 7 Analyseschema (1): Aufgabe des «Media Commons»

Perspektive	Merkmal	Forderung
Aufgabe	Ressourcen	Die Organisation soll bestimmte Inhalte bereitstellen.
	Funktionen	Die Organisation soll bestimmte Ziele erreichen.
	Distribution	Die Organisation soll bestimmte Kanäle bespielen.

4.1.2 Die Organisationsstruktur des «Media Commons»

Die zweite Möglichkeit, eine Medienorganisation auf ihre Eignung als «Media Commons» hin zu prüfen, erfolgt mit Blick auf die Organisationsstruktur. Diese soll grundsätzlich der Idee eines «dritten Weges» entsprechen: Die Gesellschaft soll also eine starke, Markt und Staat hingegen sollen eine schwache Rolle spielen. Entsprechend werden für diese Perspektive sechs Merkmale vorgeschlagen: Rechenschaft und Einbezug (gesellschaftliche Teilhabe), Non-Profit und Non-Kommerz (Grenzen des Marktes), Unabhängigkeit und Selbstregulierung (Grenzen des Staates).

In den letzten Jahrzehnten haben «Corporate Social Responsibility» und «Stakeholder-Management», also die Verpflichtung zu Transparenz und zur Berücksichtigung von Gesellschaftsinteressen, in allen Wirtschaftsbereichen an Bedeutung gewonnen. Im Medienbereich wird die Forderung nach **Rechenschaft** und gesellschaftlichem **Einbezug** unter den Stichworten «Media Accountability» und «Viewer Participation» diskutiert. Im einleitenden Kapitel ihres Sammelbands geben Baldi und Hasebrink (2007: 13) einen Überblick über die Instrumente, die dazu implementiert werden können: Informationsmaterial, Selbstverpflichtungen, Review-Verfahren, Publikumsforschung, Publikumsräte, die Repräsentation des Publikums in Gremien, Konsumentenschutzorganisationen, sowie öffentliche Konsultationen und Debatten.

In einem späteren Kapitel des gleichen Sammelbandes zeigt Baldi (vgl. 2007) jedoch, dass bezüglich der Implementation dieser Instrumente zwischen den europäischen Ländern große Unterschiede bestehen: In einigen «fortgeschrittenen» Ländern haben Rechenschaftsstrukturen eine lange Tradition und sind gesetzlich verankert. Andere Länder haben zwar for-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

male Strukturen, diese sind aber nicht gut umgesetzt. In weiteren Ländern müssen Instrumente zur Rechenschaft und zum Einbezug des Publikums erst noch entwickelt werden (vgl. ebd. 18–31). Aktuell wird in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft auch diskutiert, inwiefern Instrumente der «Media Accountability» nun auch im Onlinebereich zur Anwendung kommen (vgl. Heikkilä et al.: 2012).

Auch die Frage nach der **Non-Profit**- bzw. **Non-Kommerz**-Orientierung von Medien wird im Fach besprochen. Um die negativen Auswirkungen von Gewinnorientierung und Kommerzialisierung auf Medieninhalte zu diskutieren, wird in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft oft auf Theorietexte aus der Kritischen Politischen Ökonomie zurückgegriffen: Adornos (1999) Beschreibung der Kulturindustrie etwa oder Smythes (2014) Analyse zur Kommodifizierung des Publikums durch die Werbeindustrie. Gemäß Heinrich (2002: 291) führt Marktfinanzierung von Medien zu einer Orientierung am Massengeschmack. Anders als beim abonnementsfinanzierten «Premium Content» sei jedoch bei werbefinanzierten Medieninhalten zudem nicht mit Vielfalt, Qualität oder Niveau zu rechnen. Weiter beschäftigt man sich mit den Grenzen des Marktes durch Werbeverbote und -beschränkungen – beispielsweise im Rahmen des Jugendschutzes (vgl. Bornemann 2018: o.S.).

Bezüglich der Werbefinanzierung konstatieren Forschende in den letzten Jahren eine Verschiebung der Werbeinvestitionen von den traditionellen Medien hin zu den neuen Plattformen (vgl. Siegert et al. 2012), sowie die Schwierigkeiten der Presseunternehmen bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle (vgl. Jarren 2012). Angesichts der zunehmenden Medienkonzentration wird nicht nur über neue Formen der Konzentrationsregulierung (vgl. Just 2009) diskutiert, sondern auch über neue Formen der kollektiven Finanzierung – sei es öffentliche Finanzierung oder privates «Crowdfunding» (vgl. Puppis 2012). Es werden aber auch neue Werbeformen untersucht, wie z.B. das «Native Advertising» (vgl. Tuna/Ejder 2019) oder das Phänomen der «Influencer» (vgl. Schach/Lommatsch 2018). Zudem wird beobachtet, wie sich der Handel mit Nutzerdaten als neue Finanzierungsquelle für Medieninhalte etabliert (vgl. Couldry/Turrow 2014).

Dass die Unabhängigkeit vom Staat wichtig ist, damit Medienorganisationen ihre Rolle als «vierte Gewalt» und als «Wachhund der Demokratie» erfüllen können, ist in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft unbestritten. Das Credo der **Medienfreiheit** ist auch der Grund, warum das Konzept der «Media Governance» (vgl. Donges 2007, Meier 2018) im Fach so schnell Fuß gefasst hat: **Selbstregulierung** durch private Akteure, die hier mitgedacht wird, scheint sich mit der Medienfreiheit bes-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ser vereinbaren zu lassen als staatliche Medienregulierung. Forschende haben beispielsweise die Charakteristika unabhängiger Rundfunkregulierungsbehörden (vgl. Salomon 2016) oder die Entwicklung von Selbstregulierungsorganisationen im Pressesektor (vgl. Puppis 2009a) untersucht.

Verschiedene Studien, wie beispielsweise eine Befragung von Fengler et al. (2015), zeigen jedoch, dass Selbstregulierung im Medienbereich nicht zwangsläufig effektiv ist: Journalistinnen und Journalisten schätzen die implementierten Maßnahmen demnach als unzureichend ein. Eine Lösung sehen deshalb viele Forschende im Mittelweg, der Co-Regulierung bzw. regulierten Selbstregulierung, und damit im «Zusammenspiel von staatlicher Regulierung und Selbstregulierung» (Puppis 2010: 62). Wyss (2012) kommt beispielsweise zu dem Schluss, dass gesetzlich vorgeschriebene, aber in Eigenverantwortung durchgeführte Qualitätsmonitorings privater Rundfunkorganisationen in der Schweiz einen positiven Effekt auf die Redaktionen hatten. Eine Übersicht über weitere Formen der Co-Regulierung hat die Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle (vgl. 2003) zusammengetragen.

Tabelle 8 Analyseschema (2): Struktur des «Media Commons»

Perspektive	Merkmal	Forderung
Organisationsstruktur	Rechenschaft	Die Organisation muss sich verantworten.
	Einbezug	Die Gesellschaft ist in Gremien vertreten.
	Non-Profit	Die Organisation strebt keinen Profit an.
	Non-Kommerz	Die kommerziellen Tätigkeiten sind eingeschränkt.
	Medienfreiheit	Die redaktionelle Arbeit ist staatsfern.
	Selbstregulierung	Die Organisation ist staatsfern..

Zusammenfassend kann gesagt werden (siehe Tabelle 8): Um einem «Media Commons» im Sinne der Organisationsstruktur zu entsprechen, muss sich eine Medienorganisation gesellschaftlich verantworten und das Publikum in Entscheidungsprozesse mit einbeziehen. Außerdem darf die Medienorganisation keinen Gewinn anstreben und ihre kommerziellen Tätigkeiten müssen beschränkt sein. Schließlich müssen die redaktionelle Arbeit und die Bearbeitung von Beschwerden staatsfern sein.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

4.1.3 Kollaboration im «Media Commons»

Die dritte Möglichkeit, eine Medienorganisation auf ihre Eignung als «Media Commons» hin zu prüfen, erfolgt mit Blick auf ihre Kollaboration. Ohne Kollaboration wäre die Produktion journalistischer oder unterhaltender Inhalte in Medienorganisationen generell nicht denkbar. Hier stellt sich jedoch die Frage, wer an der Inhaltsproduktion und damit am «Tagesgeschäft» beteiligt ist, ob es zur Zusammenarbeit mit «Externen» wie dem Publikum oder unabhängigen Produzierenden kommt und unter welchen Bedingungen die Medieninhalte weiterverwendet werden dürfen. Entsprechend werden für diese Perspektive drei Merkmale vorgeschlagen: Interaktion, Co-Kreation, Creative Commons (CC).

Vor der Digitalisierung hatte das Publikum vor allem einen Weg, um mit einer Medienorganisation zu interagieren: den Leserbrief. Inzwischen findet man auf journalistischen Websites weitere Möglichkeiten der **Interaktion** (vgl. Lilienthal et al. 2014): Foren etwa oder die Bewertungs- und Kommentarfunktionen. Außerdem nutzen auch Medienorganisationen soziale Netzwerke und Microbloggingdienste. Studien zeigen jedoch, dass die neuen Interaktionsmöglichkeiten das Niveau des Austausches nicht zwingend erhöhen: Dahlberg (2001), der Habermas' Kriterien für einen rationalen Diskurs (vgl. 1984) auf Onlineforen anwendete, zieht bezüglich der Qualität der Onlinedeliberation ein verhaltenes Fazit. McCluskey und Hmielowski (2011), die Leserbriefe und Onlinekommentare im Fall der «Jena Six»-Konflikte verglichen haben, bestätigen dies: Anonymität, fehlendes «Gate-Keeping» durch die Medien und die Demografie führten zu großen Unterschieden in der Tonalität und zu unterschiedlich starken Misstrauensäußerungen gegenüber Institutionen. Medienorganisationen implementieren deshalb neue Praktiken wie die Registrierungspflicht für Kommentarschreibende und das Freischalten der Kommentare

In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft werden ganz unterschiedliche Szenarien der «**Co-Kreation**» untersucht: die Nutzung von PR-Material für die Berichterstattung, die Zusammenarbeit zwischen Redaktion und Werbebranche oder die Teilnahme von Privatpersonen oder Künstlerinnen und Künstlern in Fernsehsendungen. Am Beispiel Großbritanniens zeigen Doyle und Paterson (2008) zudem, mit welchen Mitteln die Regierung versuchte, die Situation der unabhängigen TV-Produktion («Indies») zu verbessern: Die Einführung entsprechender Quoten für nationale Rundfunkorganisationen im Jahr 1990 führte zu einem starken Wachstum dieses Sektors, aber auch zu mehr Distanz zwischen Medienorganisationen und Filmschaffenden (vgl. ebd. 20–24). Pörksens (2018) Be-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

schreibung der «Redaktionellen Gesellschaft» macht schließlich deutlich, dass in der digitalen Zeit auch die Bürgerinnen und Bürger zu Medienschaffenden werden. Diesen Trend des Bürgerjournalismus im Web (vgl. Bosshart 2017) haben journalistische Websites erkannt und integrierten Nutzerblogs sowie Fotos und Videos ihres Publikums in ihr Angebot (Lilienthal et al. 2014).

Dass Urheberrechte grundsätzlich wichtig sind, um die Rechte von Künstlerinnen und Künstlern, Autorinnen und Autoren oder Journalistinnen und Journalisten an deren Werk zu schützen, ist in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft unbestritten. Diskutiert wird im Fach jedoch, inwiefern Alltagspraktiken der Mediennutzung mit dem Urheberrecht in Konflikt geraten. Stadler, Wassermair und Becker (2013) haben zahlreiche Szenarien zu solchen Konflikten zusammengetragen, und schlagen die Einführung einer vereinfachten Lizenzierungspraxis für die nichtkommerzielle und transformative Werknutzung vor. Denn der gültige Rechtsrahmen erlaube nicht, bestehende Werke ohne langwierige Abklärungen für die Schaffung neuer Werke zu nutzen (vgl. ebd. 13). Zabels (2016) Studie zu aktuellen Anpassungen im Rechte- und Lizenzmanagement zeigt jedoch, dass dies für kommerzielle Medienunternehmen keine Priorität hat: Eine Anpassung an die transformativen Nutzungspraktiken oder die Einführung offener Lizenzen wie Creative Commons erwähnt er nicht. **Creative Commons** werden gemäß Garcelon (2010: 1318–1322) zwar teilweise auch im Bild- und Ton-Bereich verwendet, der Archetypus für die offene Lizenz sei aber nach wie vor der Text.

Tabelle 9 Analyseschema (3): Kollaboration im «Media Commons»

Perspektive	Merkmal	Forderung
Kollaboration	Interaktion	Es gibt Online-Diskussionsforen.
	Co-Kreation	Es ist vorgesehen, dass Externe Inhalte beisteuern.
	CC	Die Inhalte können mit CC weiterverwendet werden.

Zusammenfassend kann gesagt werden (siehe Tabelle 9): Um einem «Media Commons» im Sinne der Kollaboration zu entsprechen, muss eine Medienorganisation auf ihrer Website Formen und Formate der Interaktion bereitstellen, extern produzierte Inhalte integrieren und die Weiterverwendung der eigenen Inhalte beispielsweise durch Creative-Commons-Lizenzen ermöglichen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

4.1.4 Zugang zu den Inhalten des «Media Commons»

Die vierte Möglichkeit, eine Medienorganisation auf ihre Eignung als «Media Commons» hin zu prüfen, ist mit Blick auf den Zugang zu den Inhalten. Diesbezüglich postuliert das Commons-Paradigma grundsätzlich unlimitierten, offenen Zugang zu fairen Preisen, auch zeitversetzt und aus dem Ausland. Entsprechend werden für diese Perspektive drei Merkmale vorgeschlagen: Universalität, Archive, Ausland.

Das Prinzip der **Universalität** stammt ursprünglich aus der Telekommunikationsregulierung. De Sola Pool (1984: 2) beschreibt das Ziel bei der Regulierung von Telekommunikation so: «it is obligated to serve all on equal terms without discrimination». Universalität ist aber auch ein Regulierungsziel des öffentlichen Rundfunks, der alle Bevölkerungsteile erreichen und ein an alle gerichtetes Vollprogramm liefern soll (siehe Kapitel 2.1.2). Um den Zugang zu den als wichtig befundenen Rundfunkprogrammen zu gewährleisten, sieht die Distributionsregulierung «Must Carry»-Regeln vor, die Telekommunikationsunternehmen und Kabelunternehmen zur Verbreitung verpflichten (vgl. Schweizer 2013: 12–13). Gemäß der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle (vgl. 2012) gibt es inzwischen in Einzelfällen auch «Must Offer»-Regeln, die Medienorganisationen verpflichtet, ihre Inhalte zugänglich zu machen. Dazu kommt die in vielen Ländern übliche unverschlüsselte Distribution «Free-to-Air» (FTA) für den freien Empfang via Satellitenschüssel oder Antenne (EBU o.J.: 1). Das Prinzip der Universalität wird heute in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zudem im Zusammenhang mit Breitbandinternetabdeckung und Netzneutralität diskutiert. Außerdem wird die Frage untersucht, ob die algorithmische Selektion sogenannte «Filter Bubbles» kreiert (vgl. Möller et al. 2018) und damit die universelle Ansprache verhindert.

Im Zusammenhang mit der Digitalisierung von **Archiven** und Bibliotheken hat sich ein Schlagwort etabliert: «Open Access»: «Open Access (OA) literature is digital, online, free of charge, and free of most copyrights and licensing restrictions» (Suber 2012: 4). In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird der Zugang zu digitalen Archiven im Zusammenhang mit Paywalls von Onlinezeitungen (vgl. Carson 2015) und «Video on Demand» (VoD) diskutiert. VoD, die «Videothek zu Hause» (Schauz 1997: 14), erlaubt dem Fernsehpublikum eine zeitversetzte bzw. «nichtlineare» Rezeption von Beiträgen. VoD ist jedoch auch mit rechtlichen Herausforderungen verbunden (Europäische Audiovisuelle Informationsstelle 2007) und hat die Ansprüche an das Rechte- und Lizenzmanagement erhöht (Zabel 2016): Unter anderem müssen heute komplexe Rechtebündel

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

für die lineare, nichtlineare und mobile Nutzung angeboten werden (vgl. ebd. 12). Stadler, Wassermair und Becker (vgl. 2013: 14–15) fordern, dass öffentlich finanzierte Werke nach der kommerziellen Hauptverwertung rasch zugänglich gemacht werden und dass die «Verwaisung» von Werken mit unklaren Rechten durch die Einführung kollektiver Lizenzen verunmöglicht wird.

Dass die Medien den Prozess der Globalisierung mitgestalten, wird in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft anhand von Schlagworten wie «Global Village» (McLuhan 1962), «Risikogesellschaft» (Beck 1986) oder «Moderne» (Giddens 1990) diskutiert. Im Fach wird zudem die Berichterstattung über das und aus dem **Ausland** untersucht. Gemäß Braman (2010) reichen nationale Mediengesetze aber nicht mehr, um globalisierte Medienmärkte zu regulieren. Ein Phänomen, das unter Mediennutzenden für Frustration sorgt, ist das «Geo-Blocking»: «technical measures that disable access to online content services outside of a geographical area […] where the content owners have licensed the commercial exploitation of their works» (Mazziotti 2015: 1). Obwohl der kulturelle Austausch im «digitalen Binnenmarkt» erstrebenswert sei, warnt Mazziotti (2015) davor, Geo-Blocking in der EU zu verbieten. Denn dies könnte die nationale Werbefinanzierung von Medieninhalten torpedieren und so kulturelle Vielfalt verringern.

Tabelle 10 Analyseschema (4): Zugang zu den Inhalten des «Media Commons»

Perspektive	Merkmal	Forderung
Zugang zu Inhalten	Universalität	Inhalte sind frei zugänglich.
	Archive	Die Inhalte können nach Ausstrahlung rezipiert werden.
	Ausland	Vom Ausland aus kann auf Inhalte zugegriffen werden.

Zusammenfassend kann gesagt werden (siehe Tabelle 10): Um einem «Media Commons» im Sinne des Zugangs zu Inhalten zu entsprechen, muss eine Medienorganisation universellen Zugang ermöglichen, ihre Inhalte müssen in Archiven zur nichtlinearen Rezeption angeboten werden, und der Zugriff aus dem Ausland muss ebenfalls möglich sein.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

4.1.5 Outcome des «Media Commons»

Die fünfte Möglichkeit, eine Medienorganisation auf ihre Eignung als «Media Commons» hin zu prüfen, ist aus Sicht des Outcomes. Hier stellt sich die Frage, ob die Medienorganisation insgesamt nachhaltig funktioniert, also ob sie viele Menschen erreicht und gesellschaftlichen Rückhalt genießt, und wie «reichhaltig» die bereitgestellten Inhalte sind. Entsprechend werden für diese Perspektive drei Merkmale eines «Media Commons» vorgeschlagen: Reichweite, Zustimmung, Performanz.

Das Buch «Die Ökonomie der Aufmerksamkeit» des Stadtplaners Georg Franck (1998) wurde in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft stark rezipiert. Denn es beschreibt Aufmerksamkeit als eine knappe Ressource, die im digitalen Zeitalter zu einer sozialen Währung wird. Im Fach wird traditionell dazu geforscht, wie **Reichweiten** verschiedener Medienangebote gemessen werden können, wobei grob zwischen Selbstauskunft und Messsystemen unterschieden wird (vgl. De Vreese/Neijens 2016). Die Reichweite der klassischen Medien wird durch Haushaltspanels, Telefoninterviews und Verkaufszahlen gemessen; im Onlinebereich haben sich für die Messung drei neue Maßeinheiten etabliert (vgl. Paperlein 2016, Frey-Vor/Siegert/Stiehler 2008: 228): die Häufigkeit, mit der eine Seite aufgerufen wird («Page Impressions»), die Häufigkeit zusammenhängender Besuche («Visits») von einer IP-Adresse und die Zahl der Besuche durch bestimmte Nutzende («Unique Users»). Die Reichweitenmessung ist die Grundlage der Quoten- und Marktanteilsberechnung, die den Anteil eines Medienangebotes am Gesamtangebot während eines Zeitabschnitts ermittelt (vgl. ebd. 276).

Dass Vertrauen im digitalen Zeitalter ebenfalls zu einer Währung geworden ist, wird in- und außerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft diskutiert (vgl. Kleinemeier 2016). Um das Vertrauen in Medienorganisationen scheint es jedoch nicht mehr zum Besten zu stehen. Begriffe wie «Fake News» oder «Lügenpresse» prägen vermehrt den öffentlichen Diskurs. Im Fach wird deshalb die «Desinformation» erforscht: Tambini (vgl. 2017) etwa offeriert sechs Definitionen von «Fake News» und schlägt fünf Maßnahmen vor, um Desinformation einzudämmen: Kodizes, Faktencheck, Kontrollsiegel, Medienbildung und eine Prüfung des Haftungsregimes der Intermediären. Eine Studie von van Duyn und Collier (2018) kommt jedoch zu dem Schluss, dass sich auch der Elitediskurs über die Desinformation selbst negativ auf das Vertrauen in die Medien auswirkt. Traditionell wird die **Zustimmung** zu wichtigen Institutionen in der Gesellschaft, darunter zu den Medien, in «Barometern» gemessen – sowohl in

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

einzelnen Ländern als auch auf Ebene der Europäischen Union (vgl. Europäische Kommission o.J.).

Wie man die **Performanz** der Medien misst, ist eine klassische Forschungsfrage der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. McQuail (1992: 77–78) schlug sieben Performanz-Prinzipien vor – darunter Vielfalt und Objektivität – die er mit den Zielen Freiheit, Gleichheit und soziale Ordnung verknüpfte. Gerade der Vielfaltsbegriff ist im Fach beliebt, weil er als neutral und gut messbar erscheint (vgl. Karppinen 2008). Vielfalt lässt sich beispielsweise anhand der zitierten Quellen messen, aber auch bezüglich politischer Ideologien (vgl. McQuail 2007). Die Medienperformanz wird in Einzelländerstudien und in ländervergleichenden Studien untersucht: In der Schweiz wird beispielsweise regelmäßig ein «Jahrbuch Qualität der Medien» des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft veröffentlicht (vgl. fög o.J.), für die EU-Mitgliedsstaaten wird jährlich der «Media-Pluralism-Monitor» des Centre for Media Pluralism and Media Freedom in Florenz (CMPF o.J.) publiziert.

Tabelle 11 Analyseschema (5): Outcome des «Media Commons»

Perspektive	Merkmal	Forderung
Outcome	Reichweite	Die Inhalte der Medienorganisation erreichen Viele.
	Zustimmung	Das Vertrauen in die Medienorganisation ist hoch.
	Performanz	Die Inhalte der Medienorganisation sind reichhaltig.

Zusammenfassend kann gesagt werden (siehe Tabelle 11): Um einem «Media Commons» im Sinne des Outcomes zu entsprechen, muss eine Medienorganisation viele Menschen erreichen, einen großen Rückhalt genießen und bezüglich ihrer inhaltlichen Leistungen ein positives Zeugnis erhalten.

4.2 Thesen zum öffentlichen Rundfunk als «Media Commons»

Das nun entwickelte fünfteilige Analyseschema zur Erforschung von «Media Commons» kann grundsätzlich auf alle Medienorganisationstypen angewendet werden. In der vorliegenden Studie wird jedoch untersucht, ob der öffentliche Rundfunk theoretisch und praktisch einem «Media Commons» entspricht. Angelehnt an Überlegungen der Institutionalismusfor-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

schung und auf Basis gängiger Typologien der vergleichenden Medienpolitikforschung werden hier sieben Thesen aufgestellt: vier zur Institutionalisierung des öffentlichen Rundfunks und dessen Wandel, drei zum Vergleich öffentlicher Rundfunkorganisationen in verschiedenen Ländern.

4.2.1 Thesen zur Institution und ihrem Wandel

Institutionen zu definieren ist nicht einfach. Hasse und Krücken (vgl. 2008: 163) beschreiben sie als «Phänomene […], die Regelhaftigkeit bewirken, indem sie bestimmte Strukturmerkmale und Verhaltensweisen unterstützen und andere eher ausschließen». Damit können soziale Strukturen gemeint sein, politische oder rechtliche Ordnungen, kulturelle Praktiken oder individuelle Vorlieben (vgl. ebd. 164). Andere Autorinnen und Autoren sprechen von Routinen, Regeln, Normen und Richtlinien (vgl. Ryfe 2006: 136). Institutionen unterscheiden sich bezüglich ihres Formalisierungsgrads, das heißt, ihr Verpflichtungscharakter und die Möglichkeit, sie zu verändern, sind unterschiedlich stark ausgeprägt (vgl. Hasse/Krücken 2008: 165).

Institutionalismusforschung wird in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen betrieben. Während die Politikwissenschaft Institutionen als Ausdruck politischer Macht oder als Ergebnis politischen Handelns versteht, betrachtet die Wirtschaftswissenschaft Institutionen unter dem Aspekt der effizienten Organisation ökonomischen Handelns. Die Soziologie fokussiert schließlich auf kulturelle Grundlagen und die historische Entwicklung institutioneller Arrangements (vgl. Hasse/Krücken 2008: 177). Entsprechend dieser fachlichen Aufteilung haben sich verschiedene «Schulen» der Institutionalismusforschung herausgebildet: Traditionell wird zwischen historischem, soziologischem und Rational-Choice-Institutionalismus unterschieden (vgl. u.a. Hall/Taylor 1996, Hall 2009). Ostroms' Überlegungen zu den Commons werden in der Regel den Wirtschaftswissenschaften und damit dem Rational-Choice-Institutionalismus bzw. der Institutionenökonomik zugeordnet.

Die Überlegungen der Institutionalismusforschung werden auch in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft angewendet. Dabei gibt es zwei Vorgehensweisen: Entweder wird der Einfluss von Entwicklungen und Trends im Medienbereich auf andere Institutionen angewendet – so zum Beispiel in Studien zur Medialisierung der Politik (vgl. u.a. Donges 2006). Oder aber Medienorganisationen und ihre Merkmale stehen selbst im Fokus institutioneller Analysen – so zum Beispiel in der Studie von Sa-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

xer und Blättler (1998) zur Institutionengeschichte des Fernsehen DRS, das heute Teil der SRG ist. Gemäß Hasse und Krücken (vgl. 2008: 169) setzen viele institutionelle Analysen bei Organisationen an, da diese ein leicht beobachtbarer und abgrenzbarer Untersuchungsgegenstand sind.

Ein wichtiger Bestandteil institutioneller Ansätze sind Erklärungen zum institutionellen Wandel. Dabei wird die Frage gestellt, warum und in welcher Art und Weise sich Institutionen verändern bzw. warum sie dies nicht tun (vgl. Mahoney 2000, Mahoney/Thelen 2010, Kingston/Caballero 2008). Die verschiedenen Institutionalismus-Schulen bieten dafür unterschiedliche Erklärungen: Während der historische Institutionalismus vor allem den Einfluss der Vergangenheit auf aktuelle Begebenheiten beleuchtet («Pfadabhängigkeit»), fokussieren der soziologische und der Rational-Choice-Institutionalismus auf die sozialen bzw. rationalen Motive und Überlegungen von Akteuren und wie diese eine bestimmte Institution prägen.

Im Folgenden werden vier Thesen zum öffentlichen Rundfunk als Institution und seiner Eignung als «Media Commons» aufgestellt. Dazu wird Literatur herangezogen, die sich mit dem öffentlichen Rundfunk auseinandersetzt, so wie beispielsweise eine Studie zum «öffentlichen Rundfunk im Netzwerk». Darin haben Jarren et al. (2001) die Anbindung der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) an Politik, Wirtschaft und Gesellschaft im Ländervergleich erforscht; verglichen wurde mit Deutschland, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, Portugal und Schweden. Da die Studie bereits vor 18 Jahren und damit ganz am Anfang des digitalen Zeitalters entstanden ist – das Internet wird nicht erwähnt –, kann durch sie auch der institutionelle Wandel des öffentlichen Rundfunks der letzten Jahre nachvollzogen werden. Für neuere Entwicklungen wird unter anderem eine niederländische Studie von Raats, van den Bulck und d'Haenens (2015) zu «Benchmarks» des öffentlichen Rundfunks in zehn Ländern – Belgien, Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Irland, die Niederlande, Österreich, Norwegen, Schweden, die Schweiz – herangezogen.

Die **Aufgabe** des öffentlichen Rundfunks – zu der in der vorliegenden Studie keine zu prüfende These formuliert wird – ist grundsätzlich in Programmaufträgen festgelegt. Die Studie von Jarren et al. (2001: 89–114) zeigt die Vielfalt dieser Dokumente: Staatsverträge, Kommunikations-, Rundfunk- und Mediengesetze sowie -verordnungen, Pflichtenhefte, Lizenzen, Richtlinien, Vereinbarungen und die Verfassung. Inhaltlich orientiert sich der Programmauftrag des öffentlichen Rundfunks, wie bereits diskutiert (siehe Kapitel 2.1), am BBC-Slogan «to inform, to educate, to en-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tertain», wobei der Unterhaltungsauftrag, anders als der Informations- und Bildungsauftrag, umstritten ist (vgl. Siegert/von Rimscha/Sommer 2014). Die Einführung der «Public Value Tests» in Europäischen Ländern hat zu einer Konkretisierung der Programmaufträge geführt und dazu, dass auch die Nutzung des Onlinebereichs für den öffentlichen Rundfunk klarer definiert wurde (vgl. Nikoltchev 2012). Die entsprechende Wandlung von der Rundfunk- zur Medienorganisation ist gemäß Bardoel und Lowe (2007) die zentrale Herausforderung des öffentlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter.

Bezüglich der drei Bereiche der **Organisationsstruktur** – gesellschaftliche Teilhabe, Grenzen des Marktes und Grenzen des Staates – kommt die Studie von Jarren et al. (2001) zu folgendem Ergebnis: Die Beziehung zur Gesellschaft ist nur sehr schwach ausgeprägt (vgl. ebd. 192–195). Zwar gibt es Transparenzverpflichtungen und Bestrebungen, gesellschaftliche Gruppen in Aufsichtsgremien zu integrieren. Der öffentliche Rundfunk wurde historisch jedoch eher als staats- oder zumindest als politiknahe Organisation begriffen; es habe sich «kein spezifisches Verständnis für die Rezipienten als Bezugsgruppe herausgebildet» (Jarren et al. 2001: 195). Zur Wirtschaft besteht aufgrund der in vielen Ländern erlaubten Werbefinanzierung hingegen eine direkte Beziehung (vgl. ebd. 188–191). Zudem hat die Liberalisierung der Medienregulierung in den 1970er- und 1980er-Jahren die Kommerzialisierung des öffentlichen Rundfunks verstärkt (siehe Kapitel 2.2.2). Die Beziehung zwischen öffentlichem Rundfunk und Politik ist gemäß Jarren et al. (2001: 184–188) traditionell sehr eng, da die Politik in die Formulierung des Programmauftrags, die Aufsicht und die Finanzierung des öffentlichen Rundfunks involviert ist. Gerade bei der Besetzung der Leitungsebene und bei der Entscheidung über die Finanzierung bestehe die Gefahr einer parteipolitisch motivierten Einflussnahme. Die erste Institutionalisierungsthese lautet deshalb:

- **Institutionalisierungsthese 1**: Bezüglich der Organisationsstruktur liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbegriff eines «Media Commons» im niedrigen Bereich.

Bezüglich der **Kollaboration** ergibt sich ein widersprüchliches Bild aus Trends und Pfadabhängigkeiten. Die Studie von Raats, van den Bulck und d'Haenens (2015) zeigt, dass inzwischen nicht nur Online-Plattformen ein fester Bestandteil des Angebots des öffentlichen Rundfunks bilden (ebd. 42–43), sondern dass die Rundfunkgesetze in der Regel auch digitale Interaktion vorsehen. Das heißt, der öffentliche Rundfunk darf bzw. soll digitale Foren und Chats sowie soziale Medien nutzen, um mit dem Publikum

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

zu interagieren (vgl. ebd. 68–73). Zur Co-Kreation des öffentlichen Rundfunks macht die Studie von Jarren et al. (2001) zwei gegensätzliche Aussagen: Auf der einen Seite muss die Organisation Quoten für Inhalte von unabhängigen und einheimischen Produzierenden erfüllen (vgl. ebd. 191). Auf der anderen Seite ist es sehr unüblich, dass gesellschaftliche Gruppen in die Programmgestaltung einbezogen werden (vgl. ebd. 192). Auch die Studie von Vanhaeght und Donders (2015), die drei Projekte zum Einbezug junger Menschen in die Sendungsgestaltung des öffentlichen Rundfunks untersucht haben, beschreibt solche Vorhaben als «Herausforderung». Gemäß Knapskog (2010) wären Creative Commons oder andere offene Lizenzen, die eine nicht-kommerzielle und transformative Nutzung der produzierten Inhalte möglich machen, eine valable Option für den öffentlichen Rundfunk. Solche Lizenzen könnten für neue Produktionen ab sofort zum Standard erklärt werden. Da offene Lizenzen aber gesetzlich nicht vorgeschrieben sind und der öffentliche Rundfunk finanziell unter Druck steht, werden zurzeit nur einzelne Pilotprojekte durchgeführt. Knapskog beschreibt das Creative Archive Projekt der BBC, das eine eigens entwickelte offene Lizenz vorsah (vgl. ebd. 58–59); Hutchinson (2016: 43–44) erwähnt das Open Access Archives Projekt der Australian Broadcasting Corporation (ABC), das Bilder und Videoclips unter Creative Commons zugänglich machte. Die zweite Institutionalisierungsthese lautet deshalb:

- **Institutionalisierungsthese 2**: Bezüglich der Kollaboration liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbegriff eines «Media Commons» im mittleren Bereich.

Offener **Zugang zu den Inhalten** ist für den öffentlichen Rundfunk seit seiner Gründung zentral, denn die «Universalität» ist ein essenzielles strukturelles Merkmal dieser Institution (siehe Kapitel 2.1.2). Dass der Anspruch eines universellen Zugangs im digitalen Zeitalter weiterbesteht, zeigt der Umstand, dass das digitale Archiv des öffentlichen Rundfunks in der Regel in nationalen Digitalisierungsplänen erwähnt wird (vgl. Knapskog 2010: 64). Die Studie von Raats, van den Bulck und d'Haenens (2015: 6–8, 65–67) macht deutlich, dass digitale Archive auch effektiv auf den Websites des öffentlichen Rundfunks Einzug gehalten haben: In den zehn westeuropäischen Ländern, die sie untersucht haben, wird Video on Demand (VOD) sowohl für kürzlich gesendete («Catch up»), als auch für ältere Inhalte («Archives») angeboten. Die Übertragung der Sendungen in Echtzeit («Live-Streams») gibt es hingegen eher im Radio- als im Fernsehbereich. Weiter ermöglicht der öffentliche Rundfunk den Zugang zu Inhalten durch Apps (vgl. ebd. 87–90), und er stellt Inhalte auf den sozialen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Medien zur Verfügung (vgl. ebd. 84–87). Zu einer Einschränkung des Zugangs kommt es in einigen Ländern wegen der 7-Tage-Regel oder der Verpflichtung, bei den Onlineinhalten einen Programmbezug herzustellen (vgl. Latzer et al. 2010). Solche Einschränkungen sind aufgrund von wettbewerbspolitischen Überlegungen in einigen Ländern gesetzlich vorgeschrieben. Andererseits dürfte der Zugang zu einem Teil der Inhalte aus urheberrechtlichen Gründen beschränkt sein: bei «verwaisten» Werken, bei Ansprüchen kommerzieller Rechteinhaber oder wegen des Geoblocking. Die dritte Institutionalisierungsthese lautet deshalb:

- **Institutionalisierungsthese 3**: Bezüglich des Zugangs zu Inhalten liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbegriff eines «Media Commons» im mittleren Bereich.

Bezüglich des **Outcomes** steht der öffentliche Rundfunk insgesamt gut da: Obwohl er seit seiner Gründung als öffentlich finanziertes Radiomonopol (siehe Kapitel 2.2.1) kontinuierlich an Reichweite verloren hat, so ist er in den meisten Ländern nach wie vor eine der größten und wichtigsten Medienorganisationen. In den von Raats, van den Bulck und d'Haenens (vgl. 2015: 94–98) untersuchten westeuropäischen Ländern lag die Reichweite im TV-Bereich im Jahr 2013 zwischen 65 und 85% und der Marktanteil zwischen 21 und 43%. Im Radiobereich lag die Reichweite zwischen 25 und 88%, der Marktanteil zwischen 23 und 80%. Dass die Studie keine Angaben zum Onlinebereich macht, ist möglicherweise den aktuell noch auftretenden Schwierigkeiten des Datenzugangs geschuldet.

Unabhängig von diesen Zahlen kann der öffentliche Rundfunk gemäß Künzler und Studer (vgl. 2012: 169, 179) aber als «Leitmedium» bezeichnet werden, d.h. als ein Medium, das für das Publikum, für Journalistinnen und Journalisten, sowie für eine politische und wirtschaftliche Elite von besonderer Bedeutung ist. Seine Stellung als Leitmedium und die Tatsache, dass er zur Rechenschaft verpflichtet ist (siehe Kapitel 2.1.2), machen den öffentlichen Rundfunk zudem zu einem Hoffnungsträger in der «Fake News»-Debatte. Gemäß Horowitz (2018: 6) gilt der öffentliche Rundfunk als «part of the toolkit for solutions». Bezüglich der Performanz des öffentlichen Rundfunks kommt Trappel (2008) zu dem Schluss, dass der öffentliche Rundfunk nicht nur in Radio und Fernsehen, sondern auch im Internet für Vielfalt sorgt. Strömbäck (2017) konnte zudem einen positiven Zusammenhang zwischen Wissensstand und der Rezeption von Nachrichtensendungen des schwedischen öffentlichen Rundfunks nachweisen. Die vierte Institutionalisierungsthese lautet deshalb:

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

- **Institutionalisierungsthese 4**: Bezüglich des Outcomes liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbegriff eines «Media Commons» im hohen Bereich.

4.2.2 Thesen zum Länder- bzw. Organisationsvergleich

Die vergleichende Forschung hat in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Denn wie Livingstone (2003: 417) zu Recht bemerkt: «It is no longer plausible to study one phenomenon in one country without asking, at a minimum, whether it is common across the globe or distinctive to that country or part of the world». Für Esser (2010: 4) ist vergleichende Kommunikationsforschung eine «besondere Strategie zum Erkenntnisgewinn». Sie liegt dann vor, wenn «zwischen mindestens zwei Systemen oder Kulturen (oder deren Teilelementen) Vergleiche auf mindestens einen kommunikationswissenschaftlich relevanten Untersuchungsgegenstand gezogen werden».

Die Zahl der vergleichenden Arbeiten ist auch in der Medienpolitikforschung in den letzten Jahren gestiegen (vgl. Puppis/d'Haenens 2012: 221). Raats und Pauwels (2011: 18) bezeichneten den Stand vergleichender Forschung zum öffentlichen Rundfunk jedoch noch vor einigen Jahren als «relativ unterentwickelt»: Aufgrund der Komplexität des öffentlichen Rundfunks als Untersuchungsgegenstand würden nach wie vor viele Einzelfallstudien durchgeführt. Wenn jedoch vergleichend geforscht wird, wählen Forschende eins von zwei Untersuchungsdesigns (vgl. ebd. 25–26): Den qualitativen Vergleich weniger ausgewählter Fallstudien, der die Komplexität des Gegenstands berücksichtigt, jedoch keine generalisierbaren Aussagen zulässt. Oder den quantitativen Vergleich anhand größerer Fallzahlen, der Generalisierung zulässt, aber der Komplexität des Gegenstands nicht gerecht wird. Eine Lösung für dieses Komplexitäts-Generalisierungs-Dilemma sehen Raats und Pauwels (vgl. ebd. 25–26), genau wie Puppis (vgl. 2010: 98), in internationalen Forschungsverbünden.

Generell hat die vergleichende Forschung jedoch den Vorteil, dass sie die Möglichkeit bietet, Bekanntes kritisch in den Blick zu nehmen. Durch die Kontrastierung verschiedener Länder oder Organisationen können kulturelle Besonderheiten und globale Trends entdeckt werden, außerdem zeigen sich Problemlösungsoptionen, Handlungsalternativen und Reformanregungen (vgl. Thomaß 2007: 32–33). Zwar ist es in der vergleichenden Medienpolitikforschung, die mit relativ kleinen Fallzahlen operiert, nicht möglich, kausale Zusammenhänge zu überprüfen bzw. Zusammenhänge

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

statistisch zu erklären (siehe Puppis 2010: 93–95). Die Beschreibung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden erlaubt jedoch die Bildung von Kategorien und Typologien, die dann für weitere Studien als Grundlage für Thesen heranzogen werden können.

Die weitaus populärste Typologie in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft stammt von Hallin und Mancini (2004). Basierend auf einer Studie westeuropäischer Länder, Kanada und der Vereinigten Staaten haben die beiden drei Modelle von Medien und Politik vorgeschlagen: Das mediterrane bzw. polarisiert-pluralistische Modell, das nord- und zentraleuropäische bzw. demokratisch-korporatistische Modell und das nordatlantische bzw. liberale Modell. Die Ländereinteilung basiert auf Dimensionen des Mediensystems – Stellung der Presse, politischer Parallelismus, Professionalität und Rolle des Staates – und des politischen Systems – politische Situation, Wahlsystem, Art des Pluralismus, Rolle des Staates, und rational-rechtliche Autorität (vgl. Hallin/Mancini 2004: 67–68).

Eine häufige Kritik an Hallin und Mancinis Typologie ist ihre Beschränkung auf westliche Länder. Blum (2014: 383–397), der neben westlichen Ländern auch Ägypten, Brasilien, China, Ghana, Lettland, Russland, Thailand und die Türkei untersucht hat, schlägt sechs «Medienmodelle» vor: Basierend auf elf Kriterien – historische Entwicklung, Regierungssystem, politische Kultur, Medienfreiheit, Staatskontrolle über die Medien, Medienbesitz, Medienfinanzierung, politischer Parallelismus, Medienorientierung, Journalismuskultur und Professionalität des Journalismus – unterscheidet er zwischen einem liberalen, Public-Service-, Klientel-, Schock-, Patrioten- und Kommando-Modell. Alle westlichen Länder ordnet er jedoch entweder dem liberalen oder dem Public-Service-Modell zu.

Arnold (2014: 275–304) der die Medienregulierung aller EU-Mitgliedsstaaten untersucht hat, schlägt hingegen vier «Medienregulierungsstile» vor: Der minimalistisch-liberale Stil zeigt sich in starker Zurückhaltung des Staates bei der Regelsetzung und -durchsetzung. Länder des Light-Touch-Stils ergänzen hoheitliche Regulierung durch Co- und Selbstregulierungsmaßnahmen. Im interventionistischen Stil werden Regulierungsinstrumente gezielt eingesetzt, um soziokulturell begründete medienpolitische Ziele zu erreichen. Im klientelistischen Stil herrscht ein Widerspruch zwischen ausgeprägter Regelsetzungstätigkeit und ineffizienter Durchsetzung. Die nord- und zentraleuropäischen Länder haben gemäß Arnold alle entweder einen Light-Touch- oder einen interventionistischen Stil.

Syvertsen et al. (2014) schlagen schließlich das Modell eines «Media Welfare State» zur Beschreibung der nordischen Mediensysteme vor. Dieses Modell zeichnet sich durch Universaldienste, redaktionelle Freiheit, kultur-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

politische Ziele und starke Konsensorientierung aus. Syvertsen et al. attestieren den nordischen Ländern einige Besonderheiten, bestreiten jedoch nicht, dass es auch viele Parallelen zu anderen westlichen Ländern gibt. Auch Hallin und Mancinis Einteilung der nordischen Länder in das demokratisch-korporatistische Modell unterstützen sie.

Die erste Vergleichsthese der vorliegenden Studie basiert deshalb auf einer Gegenüberstellung des liberalen und des demokratisch-korporatistischen Modells von Hallin und Mancini. Da in der vorliegenden Studie ausschließlich westliche Länder untersucht werden (siehe Kapitel 5.1 zur Fallauswahl), eignet sich deren Typologie als Grundlage. Die Kontrastierung mit anderen Typologien hat die «drei Modelle von Medien und Politik» nicht grundsätzlich infrage gestellt, sondern vor allem die Kritik von Humphreys (2012) bestätigt: dass sich Länder nicht immer einwandfrei zuordnen lassen. Die beiden «liberalen» Länder Großbritannien und Irland sowie die beiden «polarisiert-pluralistischen» Länder Frankreich und Italien könnten, argumentiert er, aufgrund einiger ihrer Charakteristika auch dem demokratisch-korporatistischen Modell zugeordnet werden. Diese Tatsache haben Hallin und Mancini in ihrem Buch jedoch bereits selbst thematisiert.

In Bezug auf die Eignung öffentlicher Rundfunkorganisationen als «Media Commons» wird nun wie folgt argumentiert: Es wird vermutet, dass der öffentliche Rundfunk in liberalen Ländern weniger stark reguliert wird und insofern mehr Freiheiten für innovative Projekte im Onlinebereich sowie für kommerzielle Aktivitäten hat. In demokratisch-korporatistischen Ländern, die eher einen interventionistischen Medienregulierungsstil aufweisen, sind die öffentlichen Rundfunkorganisationen diesbezüglich stärker eingeschränkt. Dafür haben sie klarere und striktere Vorgaben bezüglich der Organisationsstruktur und entsprechen deshalb eher einem «dritten Weg». Die erste Vergleichsthese lautet:

- **Vergleichsthese 1:** Öffentliche Rundfunkorganisationen in liberalen Ländern entsprechen bezüglich der Kollaboration und des Zugangs zu Inhalten dem Leitbegriff eines «Media Commons» stärker als öffentliche Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatistischen Ländern.

Eine Kategorisierung, die in der Medienpolitikforschung ebenfalls zunehmend zur Anwendung kommt, ist die Unterteilung in große und **kleine Mediensysteme**. Zahlreiche Forschende (vgl. Puppis 2009b, Trappel 2010, Humphreys 1996, Lowe/Nissen 2011) haben argumentiert, dass die audiovisuelle Industrie in kleinen Mediensystemen – in der Regel wird die Gren-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ze bei einer Bevölkerungszahl von 18'000 gezogen – einige Besonderheiten aufweist: Erstens leiden sie unter beschränkten Ressourcen bei der Produktion und unter kleinen Werbe- und Publikumsmärkten. Zweitens sind sie von medienpolitischen Entscheidungen großer Nachbarländer abhängig. Und drittens verzeichnen sie einen starken «Spill Over» von Programmen ihrer großen, gleichsprachigen Nachbarn. Für die vorliegende Studie wird vermutet, dass sich die eingeschränkte Ressourcenlage negativ auf den Outcome der öffentlichen Rundfunkorganisationen auswirkt. Die zweite Vergleichsthese lautet deshalb:

- **Vergleichsthese 2**: Öffentliche Rundfunkorganisationen in großen Ländern entsprechen bezüglich des Outcomes dem Leitbegriff eines «Media Commons» stärker als öffentliche Rundfunkorganisationen in kleinen Ländern.

Die Verfügbarkeit von Ressourcen ist jedoch nicht nur von der Größe des Medienmarktes abhängig, sondern auch vom Wohlstand des Landes. Die Zahlen aktueller Kaufkraft-Statistiken zeigen, dass sich das Niveau nicht nur weltweit, sondern auch zwischen den hier untersuchten westlichen Ländern unterscheidet (siehe Kapitel 7.3). Es wird vermutet, dass sich Wohlstand positiv auf die Eignung der öffentlichen Rundfunkorganisation als «Media Commons» auswirkt. Nicht nur, weil der öffentliche Rundfunk weniger finanzielle Engpässe und damit mehr Handlungsspielraum hat und so beispielsweise Kooperation und gesellschaftliche Teilhabe besser organisieren kann, sondern auch weil die privat-kommerziellen Medien, dank einer wirtschaftlich besseren Situation, weniger stark gegen Innovationen im Onlinebereich opponieren und der Zugang zu Inhalten nicht eingehegt werden muss.

- **Vergleichsthese 3**: Öffentliche Rundfunkorganisationen in wohlhabenden Ländern entsprechen dem Leitbegriff eines «Media Commons» insgesamt stärker als öffentliche Rundfunkorganisationen in weniger wohlhabenden Ländern.

Im nächsten Kapitel wird gezeigt, wie bei der Analyse öffentlicher Rundfunkorganisationen als «Media Commons» vorgegangen wird. Das Forschungsdesign folgt den vier Schritten vergleichender Forschung, die Puppis (2010) vorgeschlagen hat. Entsprechend werden die Fallauswahl und die Vergleichsdimensionen besprochen, und das Vorgehen bei der Datenerhebung und -analyse aufgezeigt. Die Ergebnisse der Analyse und der eigentliche Vergleich folgen in den Kapiteln 6 und 7. Die vier Institutionsthesen und die drei Vergleichsthesen, die hier aufgestellt wurden, werden

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dann angewendet, um die Ergebnisse der Analyse zu interpretieren und in Kontext zu setzen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

5 Forschungsdesign

Das empirische Ziel dieser Studie ist, öffentliche Rundfunkorganisationen in verschiedenen Ländern vergleichend zu untersuchen, um herauszufinden, ob sie die Merkmale eines «Media Commons» aufweisen. Vergleichende Forschung ist, wie bereits besprochen (siehe Kapitel 4.2.2), eine «besondere Strategie zum Erkenntnisgewinn» (Esser 2010: 4). Ihre Anwendung im Bereich der öffentlichen Rundfunkforschung bezeichneten Raats und Pauwels (2011: 18) jedoch noch vor einigen Jahren als «relativ unterentwickelt». Um in dieser Studie eine systematische Anwendung zu gewährleisten, folgt das Forschungsdesign den vier Schritten, die Puppis (vgl. 2010: 96–99) für die vergleichende Medienpolitikforschung vorgeschlagen hat: Fallauswahl, Vergleichsdimensionen, Datenerhebung und -auswertung und eigentlicher Vergleich.

Die **Fallauswahl** muss systematisch durchgeführt werden und aufgrund theoretischer Überlegungen erfolgen. Für die vorliegende Studie, die öffentliche Rundfunkorganisationen in 16 Ländern analysiert, ist also eine Begründung sowohl für die Länderauswahl als auch für die Auswahl der öffentlichen Rundfunkorganisationen nötig. Gerade Letzteres ist jedoch, wie bereits besprochen (siehe Kapitel 2.1), nicht ganz einfach, denn es fehlt an einer klaren Definition für diesen Medienorganisationstyp. Deshalb werden häufig die «üblichen Verdächtigen» (Raats/Pauwels 2011: 20) untersucht. Die vorliegende Studie will dies vermeiden und untersucht deshalb auch eher «unübliche» öffentliche Rundfunkorganisationen.

Auch die **Vergleichsdimensionen** müssen gemäß Puppis theoretisch hergeleitet werden. Diese Arbeit wurde in der vorliegenden Studie bereits geleistet: Auf Basis von Forschungsliteratur wurden fünf Perspektiven zur Analyse von «Media Commons» vorgeschlagen (siehe Kapitel 3.4.2) und diese zu einem Analyseschema mit 18 Merkmalen und entsprechenden Forderungen weiterentwickelt (siehe Kapitel 4.1). Im Hinblick auf die empirische Analyse müssen diese Forderungen nun operationalisiert werden. Es werden also Kriterien bestimmt, anhand derer entschieden werden kann, ob eine Medienorganisation bezüglich eines Merkmals einem «Media Commons», einem «Grenzfall» oder einer «Tragödie» entspricht.

Für die **Datenerhebung und -auswertung** können verschiedene wissenschaftliche Methoden angewendet werden. Auch die Commons-Forschung ist, wie bereits besprochen (siehe Kapitel 3.2), grundsätzlich offen für jede

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

methodische Herangehensweise. Für die vorliegende Studie wurde die Methode der Dokumentenanalyse gewählt, da sich die Merkmale öffentlicher Rundfunkorganisationen relativ effizient über bestehende Dokumente eruieren lassen und so eine große Fallzahl bearbeitet werden kann. Hier wird die Methode kurz beschrieben, und die analysierten Dokumente werden präsentiert; außerdem wird eine Quellenkritik durchgeführt. Die Einschränkungen des Forschungsdesigns und die daraus resultierenden Forschungsdesiderate werden im Schlusskapitel dieses Buches (siehe Kapitel 8) angesprochen.

Der letzte und wichtigste Schritt der vergleichenden Forschung ist der **eigentliche Vergleich** der erhobenen Daten. Dieser wird in der medienpolitischen Forschung nicht immer durchgeführt. Gemäß Livingstone (2003: 481) findet man in einigen vergleichenden Studien nur ein «nation-by-chapter reporting which leaves the making of comparisons up to the reader». Überlegungen zu Gemeinsamkeiten und Unterschieden werden in diesen Fällen also der Leserin bzw. dem Leser überlassen, anstatt sie klar zu benennen. In der vorliegenden Studie werden die Ergebnisse der Datenerhebung und -auswertung zuerst für jede einzelne Organisation besprochen (siehe Kapitel 6); der eigentliche Vergleich folgt unmittelbar danach (siehe Kapitel 7).

5.1 Fallauswahl

Der erste Schritt der vergleichenden medienpolitischen Forschung ist die systematische und theoretisch begründete Fallauswahl. Die Fallauswahl für die vorliegende Studie wurde jedoch auch durch praktische Erwägungen beeinflusst: So hat die Autorin in mehreren durch das Schweizerische Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) finanzierten Studien mitgearbeitet, in denen Regulierungsmaßnahmen und -instrumente in 17 Ländern vergleichend analysiert wurden. Die in den BAKOM-Studien untersuchten Länder waren Australien, Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Kanada, Neuseeland, die Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden, die Schweiz und die Vereinigten Staaten (siehe Künzler et al. 2013a, 2013b, 2014, Puppis/Schweizer 2015).

Für die vorliegende Studie wurde die Länder- und Organisationsauswahl der BAKOM-Studien mit wenigen Anpassungen übernommen. Einerseits, weil sich das Forschungsdesign für die Beantwortung der hier gestellten Forschungsfrage – ob der öffentliche Rundfunk in verschiedenen Ländern die Merkmale eines «Media Commons» aufweist – angeboten hat und so

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

einige der in den BAKOM-Projekten gewonnenen Einsichten für die hier durchgeführte Analyse übernommen werden konnten. Andererseits, weil sich die Auswahl theoretisch gut begründen lässt. Im Folgenden werden die theoretischen Überlegungen zur Länder- und Organisationsauswahl beschrieben und die öffentlichen Rundfunkorganisationen vorgestellt, die bezüglich ihrer Commons-Merkmale untersucht werden.

5.1.1 Theoretische Überlegungen zur Fallauswahl

Mit Ausnahme der Vereinigten Staaten wurde für die vorliegende Studie die Länderauswahl der vorhin beschriebenen BAKOM-Studien übernommen. Konkret werden also «westliche» Länder in Europa und dem Commonwealth untersucht. Diese Länder haben nicht nur den öffentlichen Rundfunk nach Vorbild der BBC adaptiert (siehe Kapitel 2.2.1), sie haben sich auch medienpolitisch relativ ähnlich entwickelt und stehen heute vor den gleichen Herausforderungen. Deshalb wurde entschieden, auf die Analyse europäischer Länder der ersten (Griechenland, Portugal, Spanien) und zweiten Demokratisierungswelle (Osteuropa) zu verzichten. Auch Länder, deren öffentlicher Rundfunk ein von der Regierung kontrollierter Staatssender («State Administered Broadcasting») ist, werden nicht berücksichtigt (Tambini 2015: 1401).

Die Länderauswahl der vorliegenden Studie basiert damit auf der Idee des «Most Similar Systems Design» (vgl. Przeworski/Teune 1970). Das heißt, es wurde der öffentliche Rundfunk in Ländern untersucht, die sich relativ ähnlich sind, um dann die Unterschiede herauszuarbeiten (Puppis 2010: 95). Zur Erklärung dieser Unterschiede lassen sich, wie bereits besprochen (siehe Kapitel 4.2.2), Mediensystemtypologien wie die drei Modelle von Medien und Politik von Hallin und Mancini (2004) heranziehen. Die entgegengesetzte Strategie wäre es, unterschiedliche Länder und Organisationen auszuwählen («Most Different Systems Design»), um deren Gemeinsamkeiten zu untersuchen.

Die theoretischen Überlegungen hinter der Auswahl der öffentlichen Rundfunkorganisationen sind vielschichtiger. Die vorliegende Studie orientierte sich bei der Auswahl an drei Regeln: Erstens müssen die Organisationen ein publizistisches Programm im Radio- und/oder Fernsehbereich bereitstellen. Zweitens müssen sie über einen gesetzlich festgelegten Leistungsauftrag verfügen. Drittens müssen sie auf nationaler Ebene operieren – regionale Anbieter und transnationale Netzwerke werden nicht berück-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sichtigt. Im Rahmen dieser Kriterien werden alle öffentlichen Rundfunkorganisationen in den ausgewählten Ländern untersucht.

Hinter der Auswahl der öffentlichen Rundfunkorganisationen könnte nun ebenfalls der Gedanke der Ähnlichkeit vermutet werden. Wie bereits diskutiert (siehe Kapitel 2.1.3), unterscheiden sich öffentliche Rundfunkorganisationen jedoch auch untereinander stark. Zudem will die vorliegende Studie nicht nur die «üblichen Verdächtigen», die sich in der Regel recht ähnlich sind, berücksichtigen, sondern sie will die gesamte «öffentliche Rundfunkökologie» der ausgewählten Länder untersuchen. Das heißt, dass neben der «eigentlichen» öffentlichen Rundfunkorganisation auch weitere, weniger bekannte Organisationen analysiert werden, zum Beispiel diejenigen für sprachliche oder kulturelle Minderheiten.

Die praktische Ausführung der Auswahlkriterien bereitet jedoch einige Schwierigkeiten. Wie die nachfolgende Beschreibung zeigen wird, sind einige öffentliche Rundfunkorganisationen (ARD, NPO und SRG) «föderal» organisiert, bestehen also aus einem Zusammenschluss regionaler Organisationen. In einigen Ländern sind die Rundfunkorganisationen nicht «konvergent», sondern in öffentliches Radio und öffentliches Fernsehen aufgeteilt (zum Beispiel in Deutschland, Frankreich, Schweden). Schließlich gibt es Rundfunkorganisationen, bei denen der Leistungsauftrag nur für den ersten Sender gilt, nicht für das Gesamtangebot (z.B. Channel 4). Vergleicht man zudem die Zahl der Mitarbeitenden in den ausgewählten Organisationen, zeigen sich sehr große Unterschiede. Die Belegschaft reicht von 72 bzw. 80 Mitarbeitenden bei BRF und TG4 bis hin zu 22'000 Mitarbeitenden bei der ARD.

5.1.2 Beschreibung der ausgewählten Rundfunkorganisationen

In **Australien** gibt es auf nationaler Ebene zwei öffentliche Rundfunkorganisationen: einerseits die 1932 gegründete Australian Broadcasting Corporation (ABC) (ABC o.J.a). Die «Corporate Commonwealth Entity» (ABC o.J.b, Art. 5(1) ABC Act 1983) hat ihren Hauptsitz in Sydney und beschäftigt 4‘939 Mitarbeitende (ABC 2018: 92). Die ABC bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.abc.net.au). Andererseits gibt es den 1978 gegründeten Special Broadcasting Service (SBS) (SBS o.J.a, SBS o.J.b). Auch er ist eine «Corporate Commonwealth Entity» (Art. 5(1) SBS Act), hat seinen Hauptsitz in Sydney und beschäftigt 1‘453 Mitarbeitende (SBS 2018: 85). SBS bietet Radio- und TV-Sender an, die komplementär zu

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

denen der ABC sein sollen, und betreibt eine Internetseite (www.sbs.com.au).

In **Belgien** gibt es auf nationaler Ebene drei öffentliche Rundfunkorganisationen, die der flämischen, französischen und deutschen Sprachgemeinschaft Belgiens zugeordnet sind und unabhängig voneinander operieren: erstens der 1930 gegründete Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT) (VRT o.J.a). Die «Naamloze Vennootschap van Publiek Recht» (Art. 3 Mediadecreet 2014) hat ihren Hauptsitz in Brüssel und beschäftigt 2‘273 Mitarbeitende (VRT 2018: 170). VRT bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.vrt.be). Zweitens die gibt es das Radio Télévision Belge Francophone (RTBF), das 1977 aus den beiden Vorgängern, dem 1930 gegründeten Institut National de Radiodiffusion (INR) und dem 1960 gegründeten Radio Télévision Belge (RTB), hervorgegangen war (RTBF o.J.a). Die «Entreprise Publique Autonome à Caractère Culturel de la Communauté Française» (Art. 1 Décret RTBF 1997) hat ihren Hauptsitz in Brüssel und beschäftigt 2‘030 Mitarbeitende (RTBF 2018: 136). RTBF bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.rtbf.be). Drittens gibt es das 1945 als Emissions en Langue Allemande (ELA) gegründete und 1977 unbenannte Belgische Rundfunk- und Fernsehzentrum der Deutschsprachigen Gemeinschaft (BRF) (BRF o.J.a). Die öffentlich-rechtliche Einrichtung (BRF o.J.b) hat ihren Hauptsitz in Eupen und beschäftigt 72 Mitarbeitende (BRF 2018: 20). BRF bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (http://brf.be).

In **Dänemark** gibt es auf nationaler Ebene eine öffentliche Rundfunkorganisation, das 1925 gegründete Danmarks Radio (DR) (DR o.J.a). Das Unternehmen im Besitz des Staates (KUM o.J.) hat seinen Hauptsitz in Kopenhagen und beschäftigt 3‘361 Mitarbeitende (DR 2018: 13). DR bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.dr.dk).

In **Deutschland** gibt es auf nationaler Ebene drei öffentliche Rundfunkorganisationen: erstens die 1950 gegründete Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) (ARD 2013). Die ARD ist eine Zusammenarbeit von neun auf Länderebene organisierten öffentlich-rechtlichen Landesmedienanstalten und dem Auslandsender «Deutsche Welle». Die Leitung («Intendanz») und damit der Hauptsitz der ARD zirkulieren zwischen den Landesmedienanstalten (ARD 2019). Insgesamt beschäftigt die Organisation über 22‘000 Mitarbeitende in rund 20’000 Vollzeitstellen (ARD 2018a). Die ARD bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.ard.de). Zweitens gibt es das 1961 gegründete Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) (ZDF 2016: o.S.). Die öffentlich-rechtliche Körperschaft hat ihren Hauptsitz in Mainz

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

und beschäftigt 3‘500 festangestellte Mitarbeitende (ZDF 2019a). Das ZDF bietet TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.zdf.de). Drittens gibt es das 1994 gegründete Deutschlandradio (DRadio), das die Sender Deutschlandfunk, Deutschlandfunk Kultur und Deutschlandfunk Nova betreibt. Die «öffentlich-rechtliche Körperschaft», die von ARD, ZDF und allen Bundesländern getragen wird, ist aus dem Zusammenschluss des Deutschlandfunks (Köln), der RIAS (West-Berlin) und Teilen der Stimme der DDR und Radio DDR 2 (Ostberlin) entstanden. DRadio hat zwei «Funkhäuser» in Berlin und Köln und beschäftigt 740 Mitarbeitende (DRadio o.J.a).

In **Finnland** gibt es auf nationaler Ebene eine öffentliche Rundfunkorganisation, das 1926 gegründete Yleisradio (Yle) (Yle o.J.a). Die GmbH, die zu 70% in staatlichem Besitz sein muss (§ 1–2 Laki Yle 1380/1993), hat ihren Hauptsitz in Helsinki und beschäftigt 2‘809 Mitarbeitende (Yle o.J.b). Yle bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.yle.fi).

In **Frankreich** gibt es auf nationaler Ebene zwei öffentliche Rundfunkorganisationen: Einerseits das 1931 als Office de Radiodiffusion Télévision Française (ORTF) gegründete und 1975 neu organisierte Radio France (RF) (Radio France o.J.a). Die «Société Anonyme à Capitaux Publics» (Radio France o.J.b) hat ihren Hauptsitz in Paris und beschäftigt 4‘751 Mitarbeitende (Radio France 2018: 93). RF bietet Radiosender an und ist im Internet aktiv (www.radiofrance.fr). Andererseits gibt es das 1992 (nach der Privatisierung von TF1) als France Télévision gegründete France Télévisions (FTV) (FTV o.J.a). FTV, das 2010 von einer Holding in ein Joint Venture umgewandelt wurde, ist eine Dachorganisation für die «Programmorganisationen» France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô und dem Réseau Outre-mer 1ère (ebd.). Es hat seinen Hauptsitz in Paris und beschäftigt 9‘842 Mitarbeitende (FTV 2018: 5). FTV bietet Fernsehsender an und ist im Internet aktiv (https://www.france.tv).

In **Großbritannien** gibt es auf nationaler Ebene mehrere Rundfunkorganisationen mit öffentlichem Mandat: Erstens die 1922 gegründete British Broadcasting Corporation (BBC) (BBC o.J.a). Die «Public Corporation» (BBC 2018: 95) hat ihren Hauptsitz in London und beschäftigt ca. 20‘000 Mitarbeitende in Großbritannien (BBC 2018: 75). Die BBC bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.bbc.co.uk). Zweitens gibt es den 1982 gegründeten Sianel Pedwar Cymru (S4C) (S4C o.J.a). S4C ist eine unabhängige «Statutory Corporation» (BBC Trust o.J.), es hat seinen Hauptsitz in Cardiff und beschäftigt 131 Mitarbeitende (S4C 2018: 151). S4C bietet einen Fernsehsender für die walisisch-sprachige Bevölke-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

rung an und ist im Internet aktiv (www.s4c.cymru). Drittens gibt es die sogenannten «Commercial Public Service Broadcasters»: ITV/Channel3, Channel 4 und Channel 5 (Ramsey 2016). Während bei der BBC alle Sender als «Public Service» gelten, steht bei diesen Organisationen jeweils nur der Hauptsender unter einem öffentlichen Mandat (OFCOM o.J.). Die vorliegende Studie beschränkt sich auf den 1982 als «Statutory Corporation» gegründeten Channel 4 (C4), ein Sender für qualitativ hochwertige, innovative, alternative Inhalte, die den Status quo hinterfragen sollen (C4 o.J.a). C4 hat seinen Hauptsitz in London und beschäftigt 858 Mitarbeitende (C4 2018: 10). Er bietet TV-Sender an und ist auch im Internet aktiv (www.channel4.com).

In **Irland** gibt es auf nationaler Ebene zwei öffentliche Rundfunkorganisationen: Einerseits das 1926 gegründete Raidió Teilifís Éireann (RTÉ) (RTÉ o.J.a). Die «Statutory Corporation» (RTÉ 2002: 5) hat ihren Hauptsitz in Dublin und beschäftigt 1'924 Mitarbeitende (RTÉ 2018: 14). RTÉ bietet Radio und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.rte.ie). Andererseits gibt es das 1996 gegründete Teilifís Gaeilge Ceathair (TG4). Der Sender gehört der «Independent Statutory Entity» Teilifís na Gaeilge, hat seinen Hauptsitz in Connemara und beschäftigt 80 Mitarbeitende (TG4 o.J.a). TG4 bietet einen TV-Sender in gälischer Sprache an und ist im Internet aktiv (www.tg4.ie).

In **Italien** gibt es auf nationaler Ebene eine öffentliche Rundfunkorganisation, die 1924 als Unione Radiofonica Italiana (URI) gegründete und nach dem Zweiten Weltkrieg umbenannte Radiotelevisione Italia (Rai) (Rai 2019a, 2019b). Die Aktiengesellschaft («Società per Azioni») hat ihren Hauptsitz in Rom (Art. 1–2 Statuto della Rai) und beschäftigt 11'055 festangestellte Mitarbeitende (Rai 2018: 134). Rai bietet Radio und Fernsehsender an und ist im Internet aktiv (www.rai.it).

In **Kanada** gibt es auf nationaler Ebene zwei öffentliche Rundfunkorganisationen: einerseits die 1941 gegründete Canadian Broadcasting Corporation (CBC), die auf Französisch Société Radio-Canada heißt (CBC o.J.a). Die «Crown Corporation» (The Canadian Encyclopedia o.J.) hat ihren Hauptsitz in Ottawa und beschäftigt 6'377 festangestellte und 1067 temporäre Mitarbeitende (CBC 2018a: 11). Die CBC bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.cbc.ca). Andererseits gibt es das 1992 als lokales Fernsehen gegründete und 1999 in ein nationales Fernsehen umgewandelte Aboriginal Peoples Television Network (APTN) (APTN o.J.a). Die Organisation im Besitz des Staates hat ihren Hauptsitz in Winnipeg und beschäftigt 168 Mitarbeitende (Industry Canada 2018).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

APTN bietet einen TV-Sender für die indigene Bevölkerung an und ist im Internet aktiv (https://aptn.ca/).

In **Neuseeland** gibt es auf nationaler Ebene drei öffentliche Rundfunkorganisationen: erstens die 1925 als Radio Broadcasting Company gegründete «Crown Entity» Radio New Zealand (RNZ) (RNZ o.J.a). RNZ hat seinen Hauptsitz in Wellington und beschäftigt 274 Mitarbeitende in 254 Vollzeitstellen (RNZ 2018a: 2). RNZ bietet Radiosender an und ist im Internet aktiv (www.radionz.co.nz). Zweitens gibt es das 1959 gegründete Television New Zealand (TVNZ) (TVNZ o.J.a). Die «State Owned Enterprise» (TVNZ o.J.b) hat ihren Hauptsitz in Auckland und beschäftigt 634 Mitarbeitende (TVNZ 2018: 22). TVNZ bietet TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.tvnz.co.nz). Drittens gibt es den 2004 gegründeten Māori Television Service (MTS). Die «Crown Entity» gehört einerseits dem Staat, andererseits der unabhängigen Organisation Te Mātāwai (MTS o.J.a, Walters 2018). MTS hat seinen Hauptsitz in Auckland und beschäftigt 153 festangestellte Mitarbeitende (MTS 2018: 15). Er bietet TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.maoritelevision.com).

In den **Niederlanden** gibt es auf nationaler Ebene eine öffentliche Rundfunkorganisation, den 1923 gegründeten Nederlandse Publieke Omroep (NPO) (NPO o.J.a). Die öffentlich-rechtliche Stiftung (Rijksoverheid o.J.) hat ihren Hauptsitz in Hilversum und beschäftigt 371 Mitarbeitende (NPO 2018: 101). Der NPO ist jedoch nur die Dachorganisation eines größeren Systems aus öffentlichen Rundfunkorganisationen und -vereinen (Art. 2.2 (1) Mediawet 2008, NPO, o.J.b). Er bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.npo.nl).

In **Norwegen** gibt es auf nationaler Ebene eine öffentliche Rundfunkorganisation, den 1933 gegründeten Norsk Rikskingkasting (NRK) (NRK 2015). Die GmbH im Besitz des Staates (§ 6.1 Kringkastingloven) hat ihren Hauptsitz in Oslo und hat 3‘440 vollzeitbeschäftigte Mitarbeitende (NRK 2018a 26). Der NRK bietet Radio- und TV-Sender an und ist im Internet aktiv (www.nrk.no).

In **Österreich** gibt es auf nationaler Ebene eine öffentliche Rundfunkorganisation, der 1924 als Radioverkehrs AG (RAVAG) gegründete und 1957 neugegründete Österreichische Rundfunk (ORF) (Demokratiezentrum o.J.). Die öffentlich-rechtliche Stiftung (§ 1 ORF-G) hat ihren Hauptsitz in Wien und beschäftigt rund 3‘000 Mitarbeitende (ORF o.J.a). Der ORF bietet Radio- und Fernsehsender an und ist im Internet aktiv (www.orf.at).

In **Schweden** gibt es auf nationaler Ebene drei öffentliche Rundfunkorganisation. Alle drei sind Aktiengesellschaften im Besitz einer Stiftung mit öffentlichem Auftrag (Forvaltningsstiftelsen o.J.): Erstens das 1925 als «Ra-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

diotjänst» gegründete Sveriges Radio (SR) (SR o.J.a). SR hat seinen Hauptsitz in Stockholm und beschäftigt 2‘214 Mitarbeitende in Vollzeitstellen (SR 2018a: 8). SR bietet Radiosender an und ist im Internet aktiv (www.sr.se). Zweitens gibt es das 1956 gegründete Sveriges Television (SVT) (SVT o.J.a). SVT hat seinen Hauptsitz ebenfalls in Stockholm und beschäftigt 2‘492 Mitarbeitende (SVT 2018: 24). SVT bietet Fernsehsender an und ist im Internet aktiv (www.svt.se). Drittens gibt es das seit 1978 von SR unabhängige Sveriges Utbildningsradio (UR) (UR Access o.J.). UR hat seinen Hauptsitz in Stockholm und beschäftigt 251 Mitarbeitende (UR 2018a: 5). Es produziert Bildungssendungen für Radio und TV, die auch von SR und SVT ausgestrahlt werden, und ist im Internet aktiv (www.ur.se).

In der **Schweiz** gibt es auf nationaler Ebene eine öffentliche Rundfunkorganisation, die 1931 als Schweizerische Rundspruchgesellschaft gegründete Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) (SRF o.J.a). Das von einem Verein getragene Unternehmen (SRG SSR o.J.a) hat seinen Hauptsitz in Bern und beschäftigt 6‘093 Mitarbeitende in 4975 Vollzeitstellen (SRG SSR 2018: 89). Die SRG ist in vier unabhängige Unternehmenseinheiten gegliedert, die das Programm für die deutsche, französische, italienische und rätoromanische Sprachregion liefern (SRG SSR o.J.b). Diese Unternehmenseinheiten bieten Radio- und TV-Sendungen an und sind im Internet aktiv (www.srf.ch, www.rts.ch, www.rsi.ch, www.rtr.ch).

5.2 Vergleichsdimensionen

Der zweite Schritt einer vergleichenden medienpolitischen Forschung ist die Entwicklung von Vergleichsdimensionen. In der vorliegenden Studie dienen die bereits entwickelten 18 Merkmale von «Media Commons» und die damit verbundenen Forderungen an Medienorganisationen als Vergleichsdimensionen. Um aber bei der späteren Analyse zu erkennen, ob eine bestimmte Forderung durch eine Medienorganisation erfüllt wird oder nicht, werden diese hier zusätzlich operationalisiert und obere und untere «Schranken» festgelegt.

Vergleichende qualitative Studien in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sehen bei Evaluationen oftmals eine Punktvergabe oder ein Farbschema vor. Der Media-Pluralism-Monitor (vgl. CMPF o.J.), arbeitet beispielsweise mit den Ampelfarben grün (geringes Risiko), gelb (mittleres Risiko) und rot (hohes Risiko) bei der Einschätzung der Medienpluralität in den EU-Mitgliedstaaten. Die Euromedia-Forschungsgruppe wiederum vergibt in ihrem «Media Democracy Monitor» jeweils zwischen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

null und drei Punkte für die verschiedenen Indikatoren in den Bereichen Freiheit, Gleichheit und Kontrolle (vgl. Donk/Trappel 2011).

Für die vorliegende Studie wird folgende dreistufige Skala zur Evaluation der Medienorganisationen benutzt:

- **«Media Commons» (2 Punkte):** Das Commons-Merkmal ist vorhanden bzw. stark ausgeprägt. In diesem Bereich entspricht die Organisation einem «Media Commons».
- **«Grenzfall» (1 Punkt):** Das Commons-Merkmal ist nur teilweise vorhanden bzw. schwach ausgeprägt. In diesem Bereich ist die Organisation ein «Grenzfall» zwischen einem Commons und einer «Tragödie».
- **«Tragödie» (0 Punkte):** Das Commons-Merkmal ist nicht vorhanden, bzw. sehr schwach ausgeprägt. In diesem Bereich entspricht die Organisation nicht einem Commons, sondern es zeigt sich eine «Tragödie».

Diese Skala wird im Folgenden genutzt, um für die Forderungen an ein «Media Commons» konkrete Schranken festzulegen (siehe Tabelle 12). Die Idee dieser Schranken stammt aus der «Qualitative Comparative Analysis» (QCA), einer von Charles Ragin (1989) vorgeschlagenen Methode zur qualitativ-vergleichenden Analyse von Daten in Studien mit kleinen und mittleren Fallzahlen. Demnach werden die Ergebnisse solcher Studien erst durch die Schranken interpretier- und vergleichbar. Die Schranken werden von den Forschenden selbst festgelegt und sind insofern subjektiv. Sie sind jedoch keineswegs willkürlich, denn sie basieren auf theoretischen Überlegungen sowie Kontextwissen und orientieren sich an der Ausprägung der Daten. Sie sind also auf den Untersuchungsgegenstand «kalibriert». Die Schranken können, genau wie die Operationalisierung der einzelnen Vergleichsdimensionen zum Gegenstand der Diskussion werden. In der vorliegenden Studie orientieren sich die Schranken an den Gegebenheiten des öffentlichen Rundfunks. Das Analyseschema könnte jedoch zu Vergleichszwecken auch für die Analyse anderer Medienorganisationen benutzt werden.

Die Forderungen zur **Aufgabe** des «Media Commons» (1, 2 und 3) werden nicht anhand der Skala evaluiert. Die erste Perspektive ist, wie bereits besprochen (siehe Kapitel 4.1.1), rein deskriptiv, denn es gibt hier keine richtige oder falsche Lösung. Eine Beschreibung ist trotzdem wichtig, denn sie zeigt, welche Ressourcen die untersuchten Medienorganisationen auf welchen Plattformen anbieten sollen und welche Funktionen sie damit erfüllen müssen. Dadurch lässt sich zudem eruieren, ob es sich überhaupt um eine Medienorganisation handelt.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 12 Evaluationsschema für «Media Commons»

Forderung		Punktzahl		
		0	1	2
1	Die Organisation soll bestimmte Inhalte bereitstellen.	Deskriptive Beschreibung		
2	Die Organisation soll bestimmte Ziele erreichen.			
3	Die Organisation soll bestimmte Kanäle bespielen.			
4	Die Organisation muss sich verantworten.	Nein	Teilweise	Ja
5	Die Gesellschaft ist in Gremien vertreten.	Nein	Teilweise	Ja
6	Die Organisation strebt keinen Profit an.	Nein	Teilweise	Ja
7	Die kommerziellen Tätigkeiten sind eingeschränkt.	Nein	Teilweise	Ja
8	Die redaktionelle Arbeit ist staatsfern.	Nein	Teilweise	Ja
9	Die Organisation ist staatsfern.	Nein	Teilweise	Ja
10	Es gibt Online-Diskussionsforen.	Nein	Teilweise	Ja
11	Es ist vorgesehen, dass Externe Inhalte beisteuern.	Nein	Teilweise	Ja
12	Die Inhalte können mit CC weiterverwendet werden.	Nein	Teilweise	Ja
13	Die Inhalte sind frei zugänglich.	Nein	Teilweise	Ja
14	Die Inhalte können nach Ausstrahlung rezipiert werden.	Nein	Teilweise	Ja
15	Vom Ausland aus kann auf Inhalte zugegriffen werden.	Nein	Teilweise	Ja
16	Die Inhalte der Medienorganisation erreichen Viele.	Nein	Teilweise	Ja
17	Das Vertrauen in die Medienorganisation ist hoch.	Nein	Teilweise	Ja
18	Die Inhalte der Medienorganisation sind reichhaltig.	Nein	Teilweise	Ja

(eigene Darstellung)

Bei den Forderungen zur **gesellschaftlichen Teilhabe** (4 und 5) werden die Schranken wie folgt gesetzt: Eine Medienorganisation ist dann ein «Media Commons» (2 Punkte), wenn sie sich nicht nur über einen Jahresbericht, sondern über zusätzliche Rechenschaftsinstrumente verantworten muss und wenn Mitglieder der Gesellschaft in Gremien nicht nur repräsentiert werden, sondern nach Wunsch auch selbst in Gremien einsitzen können. Eine «Tragödie» (0 Punkte) ist dann erreicht, wenn weder Rechenschaftsinstrumente noch eine gesellschaftliche Repräsentation in Gremien vorgese-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

hen ist. Schließlich ist es ein «Grenzfall» (1 Punkt), wenn einige, aber nicht alle genannten Instrumente vorgesehen sind.

Bezüglich den Forderungen zu den **Grenzen des Marktes** (6 und 7) ist eine Medienorganisation dann ein «Media Commons» (2 Punkte), wenn ihr eine Non-Profit-Orientierung vorgeschrieben ist, und wenn der Anteil der kommerziellen Einnahmen – insbesondere aus Werbung und Sponsoring – an den Gesamteinnahmen unter 20% liegt. Eine «Tragödie» (0 Punkte) ist es dann, wenn die Medienorganisation gewinnorientiert ist und wenn ihre kommerziellen Einnahmen mehr als 50% der Gesamteinnahmen ausmachen. Der «Grenzfall» (1 Punkt) liegt dazwischen: Wenn die Organisation zwar nicht gewinnorientiert arbeitet, aber zwischen 20 und 50% ihrer Einnahmen am Markt generiert.

Bezüglich den Forderungen zu den **Grenzen des Staates** (8 und 9) ist die Situation eines «Media Commons» (2 Punkte) einerseits dann erreicht, wenn redaktionelle Unabhängigkeit vorgeschrieben ist und gemäß unabhängiger Erhebungen davon ausgegangen werden kann, dass der Staat bzw. die Politik keinen Einfluss auf die redaktionelle Arbeit ausüben. Andererseits ist vorgesehen, dass die Medienorganisation die Bearbeitung von Programmbeschwerden, die Wahl der Generaldirektorin bzw. des Generaldirektors und die Festlegung der Höhe der öffentlichen Mittel selbstständig organisiert. Eine «Tragödie» (0 Punkte) ist, wenn die redaktionelle Unabhängigkeit nicht festgelegt oder ungenügend durchgesetzt ist und wenn ein starkes Involvement staatlicher bzw. politischer Akteure bei der Medienregulierung vorgesehen ist. Ein «Grenzfall» (1 Punkt) ist erreicht, wenn einige dieser Punkte zutreffen, andere nicht.

Bezüglich den Forderungen zur **Kollaboration** (10, 11 und 12) ist die Situation eines «Media Commons» (2 Punkte) dann erreicht, wenn die Medienorganisation auf ihrer Website Diskussionsforen anbietet und zudem in den sozialen Medien präsent ist. Auch eine regelmäßige Zusammenarbeit mit externen Produzentinnen und Produzenten ist gesetzlich vorgesehen, und es besteht für das Publikum die Möglichkeit zum Hochladen von eigenen Inhalten. Zudem dürften die Inhalte der Medienorganisation unter Creative Commons oder einer anderen offenen Lizenz weiterverwendet werden. Eine «Tragödie» (0 Punkte) ist dann erreicht, wenn keine dieser Möglichkeiten vorgesehen ist, ein «Grenzfall» (1 Punkt) ist es, wenn nur einige Mittel zur Kollaboration bestehen.

Bezüglich den Forderungen zum **Zugang zu den Inhalten** (13, 14 und 15) erhält eine Medienorganisation dann das Prädikat «Media Commons» (2 Punkte), wenn ihre Sendungen unverschlüsselt oder ohne Zusatzkosten – abgesehen von bereits investierten öffentlichen Mitteln bzw. Infrastruktur-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

kosten – über verschiedene Distributionskanäle rezipiert werden können. Auch eine nichtlineare Nutzung von kürzlich ausgestrahlten sowie älteren Inhalten über die Webseite oder Apps wird ermöglicht; das Gesetz sieht keine zeitliche Limitierung dieser Bereitstellung, jedoch eine Archivierungspflicht für alle produzierten Inhalte vor. Der internationale Zugriff[9] auf die Radio- und Fernsehsendungen über die Webseite wird nicht durch «Geo-Blocking» behindert, und es werden zusätzlich Inhalte auf der «Video-Sharing-Plattform» YouTube bereitgestellt. Eine «Tragödie» (0 Punkt) ist, wenn der Zugang mit Zusatzkosten verbunden und die Nutzung aus dem In- und Ausland nicht möglich ist. Ein «Grenzfall» (1 Punkt) ist, wenn der Zugang teilweise eingeschränkt ist, also beispielsweise Radio- aber keine TV-Sender zugänglich sind.

Bezüglich der Forderungen zum **Outcome** (16, 17 und 18) ist die Medienorganisation dann ein «Media Commons» (2 Punkte), wenn ihr Angebot stark rezipiert werden. Das heißt, es wird eine hohe Reichweite (über 50% pro Tag, 65% pro Woche, 80% pro Monat) oder ein Marktanteil von über 30% bei den Radio- und Fernsehprogrammen erreicht, sowie Zugriffe auf das Onlineangebot und die Webseite verzeichnet. Auch die Zustimmung ist hoch, das heißt das Vertrauen in die Medien liegt im entsprechenden Land bei über 70%. Schließlich werden der Medienorganisation bzw. den Medien im entsprechenden Land in unabhängigen Erhebungen wie dem EU Media-Pluralism-Monitor eine gute Performanz bzw. «Reichhaltigkeit» im Sinne einer politisch unabhängigen und inklusiven Berichterstattung attestiert. Eine «Tragödie» (0 Punkte) ist dann erreicht, wenn das Angebot kaum rezipiert wird, also eine tiefe Reichweite (unter 10% pro Tag, 25% pro Woche, 40% pro Monat) oder ein Marktanteil von unter 10% beim Radio- und Fernsehprogramm, und kaum Zugriffe auf das Onlineangebot und die Webseite verzeichnet werden. Zudem sind die Vertrauenswerte tief (unter 50% Zustimmung), und der Medienorganisation wird bezüglich inhaltlicher Leistungen ein schlechtes Zeugnis ausgestellt. Bei einem «Grenzfall» (1 Punkt) werden jeweils mittlere Werte erreicht.

Für die **Gesamtauswertung dieser Evaluation** werden alle Punkte zusammengezählt. Da das Evaluationsschema 15 Forderungen vorsieht, bei denen Medienorganisationen mit 0 («Tragödie»), 1 («Grenzfall») oder 2 («Commons») Punkten bewertet werden können, ist die höchstmögliche

9 Der internationale Zugang zu Radio- und TV-Sendungen auf den Webseiten des öffentlichen Rundfunks wird generell aus der Schweiz getestet. Der Zugang zum Angebot der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) wird aus Deutschland getestet.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Gesamtpunktzahl 30. Eine Organisation qualifiziert sich insgesamt als «Media Commons», wenn ihre Durchschnittspunktzahl mindestens 1.5 beträgt – sie also 23 Punkte oder mehr erhält. Eine Organisation muss hingegen als «Tragödie» bezeichnet werden, wenn ihre Durchschnittspunktzahl unter 1 liegt – sie also weniger als 15 Punkte erreicht. Der Bereich zwischen 15 und 23 Punkten ist der «Grenzfall»: Eine solche Organisation dürfte in einigen Bereichen einem «Media Commons» entsprechen, mehrheitlich erreicht sie dieses Prädikat jedoch nicht.

5.3 Datenerhebung und -auswertung

Der dritte Schritt vergleichender Forschung ist die Datenerhebung und -auswertung. In der vorliegenden Studie wird eine Dokumentenanalyse durchgeführt – die Standardmethode in der Medienpolitikforschung (vgl. Karppinen/Moe 2012: 179). Diese Methode besteht aus dem Zusammentragen der für die geplante Untersuchung benötigten Dokumente und deren qualitativer Analyse anhand der Vergleichsdimensionen. Im Folgenden wird die Wahl dieser Methode begründet und das übliche Vorgehen skizziert. Außerdem werden die hier verwendeten Dokumente beschrieben und einer Quellenkritik unterzogen.

Wie eingangs dargelegt wurde, lassen sich die Charakteristika öffentlicher Rundfunkorganisationen relativ effizient über Dokumente eruieren. Dies dürfte der Grund sein, warum die Methode in der vergleichenden Erforschung des öffentlichen Rundfunks neben Experteninterviews am häufigsten benutzt wird (vgl. Woldt 2005: 309). Die institutionellen Merkmale des öffentlichen Rundfunks und seine Aktivitäten sind in der Regel transparent, und es liegt genug Material darüber vor (ebd.):

> «Seine Rechtsgrundlagen sind in Gesetzen, Verträgen, Vereinbarungen u.ä. fixiert und öffentlich dokumentiert; es besteht zumeist eine Berichtspflicht, die sowohl ökonomische als auch organisatorische und programmbezogene Aspekte umfasst; schließlich unterliegt er öffentlichen oder staatlichen Kontrollorganen und -mechanismen, die in der Regel ebenfalls Informationen bereithalten.»

Die Dokumentenanalyse hat ihren Ursprung in der Geschichtswissenschaft, wird jedoch auch in der Politik- und Rechtswissenschaft angewendet (vgl. Reh 1995: 202). Gemäß Karppinen und Moe (vgl. 2012: 179) greifen aber auch die meisten Studien im Bereich der Medien- und Kommunikationspolitik auf Dokumente zurück. Die Dokumentenanalyse hat den Vorteil, dass

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Material erschlossen werden kann, das nicht erst durch die Datenerhebung geschaffen werden muss (vgl. Mayring 2002: 47). Sie empfiehlt sich insbesondere dann, wenn ein direkter Zugang durch Beobachten, Befragen oder Messen nicht möglich ist (vgl. ebd. 49). Im Kanon der empirischen Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft führt die Dokumentenanalyse jedoch ein Schattendasein (vgl. Karppinen/Moe 2012: 179).

Das Vorgehen bei der Auswertung der gesammelten Dokumente entspricht grundsätzlich demjenigen einer qualitativen Inhaltsanalyse. Gemäß Mayring (2002: 114) will diese «Texte systematisch analysieren, indem sie das Material schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet». Theoriegeleitet bedeutet, «dass der Stand der Forschung zum Gegenstand und vergleichbaren Gegenstandsbereichen systematisch bei allen Verfahrensentscheidungen herangezogen wird» (Mayring 2007: 45).

Als Analysematerial einer Dokumentenanalyse können ganz unterschiedliche Dinge herangezogen werden: Texte, Filme, Tonbänder, aber auch Gegenstände oder Architektur – also grundsätzlich «sämtliche gegenständlichen Zeugnisse, die als Quelle zur Erklärung menschlichen Verhaltens dienen können» (Atteslander 1971: 53/kursiv i.O.). Atteslander unterscheidet zwischen Dokumenten, die systematisch für den Forschungsprozess erstellt werden und solchen, die zufällig – «akzidental» – entstehen. Die wichtigsten Quellen der Neuzeit werden von der Verwaltung bereitgestellt: Akten, Protokolle, Verträge, Verordnungen, Gesetzte oder Verfassungen (vgl. Reh 1995: 204, 206).

In der vorliegenden Arbeit werden zahlreiche Verwaltungsdokumente analysiert, zum Beispiel Rundfunkgesetze, Lizenzen oder Leistungsaufträge. Aus diesen Dokumenten können Informationen zur Aufgabe und zur Organisationsstruktur gewonnen werden. Dazu kommen Dokumente, die öffentliche Rundfunkorganisationen selbst zugänglich machen: Ihre Jahresberichte, beispielsweise, enthalten Kennzahlen zur Finanzierung und zur Nutzung des Programmangebots. Auch Websites, wie die des öffentlichen Rundfunks, gelten als Dokumente, denn sie geben Auskunft über Praktiken der Kollaboration und des Zugangs. Schließlich werden Studien, wissenschaftliche Publikationen und weitere Quellen herangezogen, wie die Reports von Freedom House und Reporter ohne Grenzen zur Medienfreiheit, der Eurobarometer zur Zustimmung, oder der Media-Pluralism-Monitor zur Performanz.

Karppinen und Moe (vgl. 2012: 184ff.) weisen darauf hin, dass Dokumente zwar eine Quelle für Information sind, darüber hinaus aber auch selbst kritisch eingeschätzt werden sollten. Die Bestimmung des zu analysierenden

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Materials sollte also mit dem einhergehen, was die Geschichtswissenschaft eine «Quellenkritik» nennt (vgl. Reh 1995: 215ff.). Zuerst ist dabei die Quellensicherung bzw. Echtheitskritik an der Reihe, die Klarheit über Entstehungszeit, Entstehungsort, Verfasser, Adressat, Textstatus und Herkunft des Dokuments schaffen soll. Konkret wird geprüft, ob die Dokumente echt, vollständig und fehlerfrei überliefert sind (vgl. ebd. 213). Dann folgt eine äußere Quellenkritik («Historische Kritik»). Sie soll nicht nur die Entstehungsgeschichte des Dokuments erklären, sondern auch eine allfällige Verfälschung oder Einseitigkeit der Aussagen anhand einer Ideologiekritik zu prüfen (vgl. ebd. 217).

Die Quellenkritik der in dieser Studie analysierten Dokumententypen (siehe Tabelle 13, 14, 15 und 16) zeigt Folgendes: Alle hier analysierten Dokumente sind öffentlich und werden entweder von der Verwaltung, vom öffentlichen Rundfunk oder aber von wissenschaftlichen Bibliotheken oder Forschenden selbst zugänglich gemacht. Während bei Gesetzen und Studien ersichtlich ist, um welche Version es sich handelt, ist dies bei den Internetseiten des öffentlichen Rundfunks oft nicht der Fall. Der wichtigste Unterschied zwischen den verschiedenen Dokumenten ist jedoch die Ideologie, die dahinter zu vermuten ist: Konkret sind die Dokumente des öffentlichen Rundfunks als strategische Kommunikation zu werten, die die Organisation in einem positiven Licht erscheinen lässt.

Im nächsten Kapitel werden die Ergebnisse der Studie präsentiert, die auf Basis des hier beschriebenen Forschungsdesigns durchgeführt wurde. Die ausgewählten Länder und ihre öffentlichen Rundfunkorganisationen werden der Reihe nach beschrieben und anhand der hier entwickelten Vergleichsdimensionen eingeschätzt. So kann evaluiert werden, ob die Organisationen einem «Media Commons» entsprechen oder nicht.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 13 Quellenkritik – Gesetze und Verwaltungsdokumente

	Kriterium	Einschätzung
Quellenzugang	Zugang	öffentlich
	Auswahl	Informationen zur Regulierung des öffentlichen Rundfunks
Quellenbeschreibung	Typ	zufällige Dokumente
	Fundort	Webseiten der Verwaltung oder der Regulierungsbehörde
Textsicherung	Authentizität	gegeben; Autor bzw. Autorin bekannt, beim Staat archiviert
	Versionen	einzige (öffentlich zugängliche und gültige) Version
Äussere Kritik	Entstehung	unterschiedlich
	Adressat	Öffentlichkeit, öffentlicher Rundfunk, Regierungsbehörde
	Ideologie	im politischen Prozess entstanden
Innere Kritik	Form	nach Artikeln gegliedert

(eigene Darstellung)

Tabelle 14 Quellenkritik – Publikationen des öffentlichen Rundfunks

	Kriterium	Einschätzung
Quellenzugang	Zugang	öffentlich
	Auswahl	Informationen zu den Aktivitäten des öffentlichen Rundfunks
Quellenbeschreibung	Typ	zufällige Dokumente
	Fundort	Webseiten der öffentlichen Rundfunkorganisationen
Textsicherung	Authentizität	gegeben; Autorin bzw. Autor bekannt, archiviert
	Versionen	einzige (öffentlich zugängliche) Version
Äussere Kritik	Entstehung	unterschiedlich
	Adressat	Öffentlichkeit, Regulierungsbehörde, Ministerium, Parlament
	Ideologie	Sichtweise der öffentlichen Rundfunkorganisation
Innere Kritik	Form	unterschiedlich, zum Teil gesetzliche Vorgaben zum Inhalt

(eigene Darstellung)

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 15 Quellenkritik – Website des öffentlichen Rundfunks

	Kriterium	Einschätzung
Quellenzugang	Zugang	öffentlich
	Auswahl	Informationen zu Aktivitäten des öffentlichen Rundfunks
Quellenbeschreibung	Typ	zufällige Dokumente
	Fundort	Website der öffentlichen Rundfunkorganisationen
Textsicherung	Authentizität	gegeben, Autorin bzw. Autor bekannt
	Versionen	verschiedene Versionen möglich
Äussere Kritik	Entstehung	unterschiedlich
	Adressat	Öffentlichkeit, Publikum, Geschäftspartner
	Ideologie	Sichtweise der öffentlichen Rundfunkorganisation
Innere Kritik	Form	nach Ressorts und Rubriken gegliedert

(eigene Darstellung)

Tabelle 16 Quellenkritik – Studien und wissenschaftliche Publikationen

	Kriterium	Einschätzung
Quellenzugang	Zugang	öffentlich
	Auswahl	Informationen zur Bewertung des öffentlichen Rundfunks
Quellenbeschreibung	Typ	zufällige Dokumente
	Fundort	Unterschiedlich
Textsicherung	Authentizität	gegeben; verschiedene Autorinnen und Autoren
	Versionen	einzige (öffentlich zugängliche) Version
Äussere Kritik	Entstehung	unterschiedlich
	Adressat	unterschiedlich
	Ideologie	Sichtweise der Autorinnen und Autoren
Innere Kritik	Form	unterschiedlich

(eigene Darstellung)

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6 Ergebnisse

Die 30 öffentlichen Rundfunkorganisationen in den 16 ausgewählten Ländern wurden mithilfe des Analyseschemas (siehe Kapitel 4 und 5) auf ihre Charakteristika als «Media Commons» hin geprüft. Hier werden nun die Ergebnisse dieser Analyse präsentiert. Die Darstellung folgt den einzelnen Ländern in alphabetischer Reihenfolge. Es werden – soweit verfügbar – Zahlen aus dem Jahr 2017 verwendet. Die Umrechnung von Währungen erfolgte deshalb anhand der durchschnittlichen Wechselkurse des Euro im Jahr 2017 (Deutsche Bundesbank 2019). Nach der Beschreibung aller Merkmale wird die Medienorganisation anhand der festgelegten Schranken (siehe Kapitel 5.3) evaluiert und das Ergebnis in einer Übersichtstabelle dargestellt. Im Kapitel 7 werden diese Ergebnisse dann vergleichend diskutiert und die Unterschiede und Gemeinsamkeiten in Kontext gesetzt.

6.1 Australien

6.1.1 Australian Broadcasting Corporation (ABC)

Die Aufgaben von ABC sind im ABC-Gesetz («ABC Act») definiert. ABC soll gemäß der im Gesetz verankerten Charter (Art. 6 (1–2) ABC Act 1983) die australische Bevölkerung mit innovativen und vielfältigen Rundfunkinhalten versorgen, zu einem Gefühl von nationaler Identität beitragen, unterhalten, informieren, bilden und die Vielfalt Australiens wiederspiegeln. ABC muss tägliche Nachrichten- und Informationssendungen sowie Unterhaltungs- und Kulturprogramme bereitstellen. Für das Ausland soll ABC Sendungen produzieren, die australische Interessen fördern, Verständnis für die Kultur schaffen und Staatsbürgerinnen und Staatsbürger im Ausland über die Geschehnisse in der Heimat informieren. ABC ist verpflichtet, neben Radio- und Fernsehsendern auch digitale Dienste («digital media services») anzubieten (Art. 6 (1ba) ABC Act 1983).

ABC muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 38–39 Public Governance, Performance and Accountability Act 2013), der auf der Website verfügbar (ABC o.J.c) ist. Darüber hinaus muss ABC einen Corporate Plan verfassen, in dem sie aufzeigt, wie sie von der Regierung vorgegebene

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Ziele erreichen will (Art. 35 Public Governance, Performance and Accountability Act 2013). Eine externe Evaluation, öffentliche Anhörung oder Befragung des Publikums sind jedoch nicht vorgesehen. ABC verfügt über einen «Advisory Council», bestehend aus zwölf Vertreterinnen und Vertretern der Community (Art. 11 ABC Act 1983, ABC o.J.d), ein Publikumsrat ist nicht vorgesehen.

ABC arbeitet nicht gewinnorientiert, darf jedoch gewinnorientierte Tochterfirmen gründen (Art. 25A (2) ABC Act 1983). Die Sender und Plattformen der ABC müssen frei von Werbung und Sponsoring sein (Art. 31 (1) ABC Act 1983). Im Jahr 2017/2018 (ABC 2018: 152, 156) verzeichnete die ABC einen Betriebsertrag von AUD 1'162.2 Mio. (EUR 735.7 Mio.). AUD 1'036 Mio. (EUR 655.8 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (Steuern), AUD 125.8 Mio. (EUR 79.6 Mio.) aus anderen Erträgen. Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

ABC muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 6 (2a) ABC Act 1983). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 22/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 19) Australien ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich ABC in einem ersten Schritt selbst (ABC o.J.e), dann übernimmt die staatliche Regulierungsbehörde ACMA (Art. 5, 150–153 BSA 1992). Der unabhängige australische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017a). Der Staat ist indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 12 (2) ABC Act 1983), und das Parlament bestimmt über den Anteil der öffentlichen Beiträge für ABC (Art. 67(2) ABC Act 1983).

ABC ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. ABC ist nicht gesetzlich verpflichtet, einen bestimmten Anteil ihrer Sendezeit bzw. ihres Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren, oder mit der Kultur- und Medienindustrie zusammen zu arbeiten. Es gibt die Möglichkeit, eigene Texte oder audiovisuelle Inhalte auf die Website von ABC hochzuladen (ABC o.J.f), jedoch ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. ABC bietet einiges Archivmaterial unter einer Creative-Commons-Lizenz an (ABC o.J.g).

Alle Radio- und Fernsehsender von ABC sind in Australien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, die Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.ai, aii, aiii, aiv). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert wer-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

den (ABC o.J.h, ABC o.J.i), das Gesetz sieht keine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte vor. ABC ist nicht dazu verpflichtet, ihre Beiträge zeitlich unbefristet zu archivieren, betreibt jedoch die ABC Archives (ABC 2019) und stellt eine Auswahl historischer Inhalte auf der Website bereit (ABC o.J.g). Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind die Fernsehsendungen, inklusive Live-Stream auf der Website gesperrt, Radiosendungen können jedoch angehört werden. ABC betreibt mehrere eigene YouTube-Kanäle (u.a. https://www.youtube.com/user/australianetwork).

Der Marktanteil von ABC Radio lag 2017/2018 im Schnitt bei 22.7% in der Metropolitanregion[10] (ABC 2018: 62). Die Wochenreichweite von ABC Fernsehen lag bei 49.7% und der Marktanteil bei 19% (ABC 2018: 65). Die Website und die Apps von ABC Radio verzeichneten im Schnitt jeden Monat 14.5 Mio. Unique Podcast Downloads (ABC 2018: 63), ABC IView registrierte 3.3 Mio. Visitors bzw. 19.5 Mio. Visits (ABC 2018: 71). ABC Online (Website und Apps) erreichte wöchentlich im Schnitt 9.5 Mio. Visitors (ABC 2018: 74). Gemäß des Pew Research Centers (2018: 5) vertrauen durchschnittlich[11] 57% der Australierinnen und Australier der Berichterstattung von traditionellen Medien. In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 126) erreichten die ABC-Nachrichten in Australien 2018 den ersten Platz (7.23/10 Punkten). Gemäß Bertelsmann (2018: 51) stellt die starke Medienkonzentration in Kanada eine Hürde für die Bereitstellung eines breiten Informations- und Meinungsspektrums dar. ABC erhält jedoch vom Publikum für ihr Programm gute Noten (CBC 2018: 59).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 17) ergibt für ABC eine Gesamtpunktzahl von 22 – sie ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet ABC beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome ab, hier entspricht sie jeweils in zwei von drei Merkmalen – Universalität und On Demand bzw. Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons». Erfreulich ist zudem, dass ABC wenig kommerzielle Finanzierung aufweist, die Möglichkeit bietet, Inhalte hochzuladen, und dass sie die Möglichkeit von Creative-Commons-Lizenzen schon genutzt hat. Bezüglich vieler Merkmale ist ABC jedoch ein «Grenzfall»; eine «Tragödie» ist aber bei keinem Merkmal zu verzeichnen.

---

10 Die Metropolitanregion besteht aus den fünf Städten Sydney, Melbourne, Brisbane, Adelaide und Perth.

11 Durchschnittswert für vier Bereiche: Fairness in der politischen Berichterstattung, Nachrichten über die Regierung, Genauigkeit, Wichtigkeit.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 17 Evaluation: ABC als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 22		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.1.2 Special Broadcasting Service (SBS)

Die Aufgaben von SBS sind im SBS-Gesetz («SBS Act») festgelegt. SBS soll gemäß der im Gesetz verankerten Charter (Art. 6 (1–2) SBS Act 1991) mehrsprachige Sendungen für Radio, Fernsehen und digitale Kanäle produzieren, welche die Vielfalt der australischen Bevölkerung reflektieren. Sie soll alle Sprach- und Kulturgruppen bzw. Ethnien (u.a. Aborigines und die Bewohner der Torres-Strait-Inseln) mit unterhaltenden, informierenden und bildenden Programmen versorgen und deren positiven Beitrag zur Gesellschaft darstellen. Ziel ist, die gesellschaftlichen Beziehungen zu stärken, sowie Verständnis, Wissen und Akzeptanz zu fördern. Meinungsvielfalt, Innovation und Anpassung an die sich verändernde Gesellschaft sind ebenfalls gefordert. SBS ist verpflichtet, neben Fernsehsendern auch digitale Dienste («digital media services») anzubieten (Art. 6 (1) SBS Act 1991).

SBS muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 38–39 Public Governance, Performance and Accountability Act 2013), der auf der Website verfügbar ist (SBS o.J.c). Darüber hinaus muss SBS einen Corporate Plan verfassen, in dem er aufzeigt, wie er von der Regierung vorgegebene Ziele erreichen will (Art. 35 Public Governance, Performance and Accountability Act 2013). Eine öffentliche Anhörung oder eine Befragung des Publikums ist jedoch nicht vorgesehen. SBS verfügt über ein 10-köpfiges «Community Advisory Committee», das die Interessen der ethnischen, Aboriginal und Torres Strait Island Communities vertritt (Art. 50 SBS Act 1991, SBS o.J.d) und auch der Vorstand muss die diverse Bevölkerung Aus-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

traliens repräsentieren (Art. 17 (1–2) SBS Act 1991). Ein Publikumsrat ist nicht vorgesehen.

SBS arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (Art 57 SBS Act 1991) und er darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Art. 45 (1–3) SBS Act). Im Jahr 2017/2018 (SBS 2018: 79, 100) verzeichnete SBS einen Betriebsertrag von AUD 406.9 Mio. (EUR 257.6 Mio.). AUD 281.6 Mio. (EUR 178.3 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (Steuern), AUD 122 Mio. (EUR 77.2 Mio.) aus Programmverkäufen und Dienstleistungen. Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

SBS muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 10 (1a) SBS Act 1991). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 22/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 19) Australien ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich SBS in einem ersten Schritt selbst (SBS o.J.e), dann übernimmt die staatliche Regulierungsbehörde ACMA (Art. 5, 150–153 BSA 1992). Der unabhängige australische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017a). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 17 (1), Art. 28 (1) SBS Act 1991). Das Parlament und das Finanzministerium bestimmen den Anteil der öffentlichen Mittel für SBS (Art. 56 SBS Act 1991).

SBS ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet aber auf der eigenen Website keine Diskussionsforen an. SBS ist nicht gesetzlich dazu verpflichtet, einen bestimmten Anteil seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren oder mit der Kultur- und Medienindustrie zusammen zu arbeiten. Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von SBS-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Radio- und Fernsehsender von SBS sind in Australien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, die Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.ai, aii, aiii, aiv). Die Sender von SBS können ohne Zusatzkosten genutzt werden, Pay-TV ist nicht vorgesehen (o.A. 2019, Art. 15 BSA 1992). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (SBS o.J.f, SBS o.J.g), das Gesetz sieht keine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte vor. SBS ist nicht verpflichtet, seine Beiträge zeitlich unbefristet zu archivieren, und er verzichtet darauf, auf der Website eine Aus-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

wahl historischer Beiträge anzubieten. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich Radiosendungen auf der Website von SBS anhören, Fernsehsendungen, inkl. Live-Stream sind jedoch gesperrt. SBS betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (https://www.youtube.com/user/SBSAustralia).

Der Marktanteil der TV-Programme von SBS lag 2017/2018 in der Metropolitanregion in der Prime Time im Schnitt bei 7.7% (SBS 2018: 14, 22), SBS Online verzeichnete monatlich durchschnittlich 13.8 Mio. «Unique Browsers», und 26.5 Mio. «Video Chapter Views» (SBS 2018: 14, 23), die Websites von SBS Radio 2.8 Mio. «Unique Visitors» (SBS 2018: 51). Die Radioprogramme wurden pro Monat durchschnittlich 2.9 Mio. Mal gehört (ebd.) bzw. 1.2 Mio. Mal heruntergeladen (SBS 2018: 14). Gemäß des Pew Research Centers (2018: 5) vertrauen durchschnittlich 57% Australierinnen und Australier der Berichterstattung traditioneller Medien. In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 126) erreichten die SBS-Nachrichten in Australien 2018 den zweiten Platz (7.1/10 Punkten) hinter ABC. Gemäß Bertelsmann (2018: 51) stellt die starke Medienkonzentration in Australien eine Hürde für die Bereitstellung eines breiten Informations- und Meinungsspektrums dar. SBS dürfte insbesondere bei der sozialen Inklusion eine wichtige Rolle spielen.

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 18) ergibt für SBS eine Gesamtpunktzahl von 19 – er ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet SBS beim Outcome ab, hier entspricht er in zwei von drei Merkmalen – Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons». Bezüglich der meisten Merkmale ist SBS jedoch ein «Grenzfall»; eine «Tragödie» zeigt sich zudem beim Merkmal CC. SBS entspricht trotz einem relativ tiefen Marktanteil von 7.7% beim Merkmal Reichweite keiner «Tragödie», sondern einem «Grenzfall»: SBS dürfte etwa einen Viertel der ca. 800'000 Ureinwohnerinnen und Ureinwohner Australiens (Australian Bureau of Statistics 2017) erreichen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 18 Evaluation: SBS als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 19		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.2 Belgien

6.2.1 Belgisches Rundfunk- und Fernsehzentrum der Deutschsprachigen Gemeinschaft (BRF)

Die Aufgaben von BRF sind in einer Verordnung («BRF Dekret») definiert. BRF ist damit beauftragt, lineare und damit zusammenhängende nichtlineare audiovisuelle Mediendienste für alle Bewohner des deutschen Sprachgebiets und darüber hinaus bereitzustellen (Art. 1.1., Art. 1.2 BRF Dekret 1986). Das Zentrum bietet ein Angebot aus Information, Kultur, Unterhaltung und Sport. Damit fördert es das Verständnis für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens, für die europäische Integration und für wirtschaftliche, soziale, ökologische und kulturelle Zusammenhänge. Es fördert die Identität der deutschsprachigen Gemeinschaft, der Kultur, Kunst, Sprache und Wissenschaft, der künstlerischen und kreativen Produktion in der Deutschsprachigen Gemeinschaft, der Bildung und Medienkompetenz, des Interesses der Bevölkerung an aktiver sportlicher Betätigung. Das nichtlineare Angebot beinhaltet Informationen über das BRF, eine tagesaktuelle Überblicksberichterstattung sowie Abrufdienste für Sendungen (Art. 1.3, Art. 1.4 BRF Dekret 1986). Eine Reihe von Online-Angeboten sind dem BRF jedoch verboten, u.a. Anzeigen, Glücksspiele, Klingeltöne, etc. (Art. 1.5 BRF Dekret 1986).

Es muss jährlich überprüft werden, ob BRF die im Geschäftsführungsvertrag gemachten Ausführungen erfüllt (Art. 1.9 § 4 BRF Dekret 1986) – ein Jahresbericht ist auf der Website verfügbar (BRF o.J.c). Eine öffentliche Anhörung findet im Rahmen der Auftragsvorprüfung für neue Angebote statt (Art. 1.7 BRF Dekret 1986). In der Regulierungsbehörde «Medien-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

rat» sind sowohl Mediennutzende als auch Medienanbietende vertreten (Medienrat o.J., Ostbelgien o.J.). Ein eigentlicher Publikumsrat ist nicht vorgesehen.

BRF arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (Art. 5 BRF Dekret 1986), und es darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Art. 34 § 1 (5) BRF Dekret 1986). 2016 (BRF 2018: 23) verzeichnete das BRF Einnahmen von EUR 6.7 Mio. – der größte Anteil davon dürfte aus Steuermitteln stammen. Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

BRF muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 2 BRF Dekret 1986). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 12/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 9) Belgien ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich der für alle französisch- und deutschsprachigen Medien zuständige, unabhängige Journalismusrat («Conseil de Déontologie Journalistique») (CDJ o.J., Accountable Journalism 2017b). Der Staat ist indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 27 BRF Dekret 1986). Das Parlament bestimmt den Anteil der öffentlichen Mittel für BRF (Art. 34 BRF Dekret 1986).

BRF ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv und bietet auf der eigenen Website Diskussionsforen an. BRF ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. ihrer Kosten im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von BRF-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Radiosender von BRF können in Belgien über Streaming rezipiert werden, weder Radio- noch Fernsehsender sind jedoch unverschlüsselt via Satellit empfangbar (LyngSat o.J.bi, bii, biii, biv). Der Fernsehsender hat jedoch «must carry»-Status im Kabel (Kevin/Schneeberger 2015: 23, 46) und ist dank Kooperationen mit RTBF und VRT digital-terrestrisch frei empfangbar (BRF o.J.d). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (BRF o.J.e, BRF o.J.f, BRF o.J.g), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht gesetzlich festgelegt. BRF ist nicht verpflichtet, Beiträge längerfristig zu archivieren und verzichtet darauf, auf der eigenen Website eine Auswahl historischer Beiträge bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können auf Radio- und Fernsehsendungen auf der Website zugrei-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

fen. BRF betreibt zudem einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/brfbe).

Die Tagesreichweite der Radiosender BRF1 und BRF2 lag gemäß einer Umfrage 2017 in Ostbelgien bei 32% bzw. 21% (BRF 2018: 28). 41% der Befragten in Ostbelgien gaben zudem an, die Website von BRF zu nutzen (BRF 2018: 29). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 80% der Belgierinnen und Belgier den Informationen und Nachrichten im Radio und 76% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den belgischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Valcke/Lambrecht/Feci 2018: 8, 10).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 19) ergibt für BRF eine Gesamtpunktzahl von 20 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet BRF beim Outcome ab, wo es bei zwei von drei Merkmalen – Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass BRF sehr wenig kommerzielle Finanzierung aufweist und dass es Diskussionsforen anbietet. Eine «Tragödie» zeigt sich jedoch beim Merkmal CC. BRF entspricht trotz einer tiefen Reichweite in Belgien bei diesem Merkmal keiner «Tragödie», sondern einem «Grenzfall», da es 43% der ca. 77'000 Einwohnerinnen und Einwohner des deutschsprachigen Ostbelgiens (Ostbelgien 2018) erreicht.

Tabelle 19 Evaluation: BRF als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	2
	Einbezug	0		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	1
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	2
Outcome	Reichweite	1	Total: 20		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.2.2 Radio Télévision Belge Francophone (RTBF)

Die Aufgaben von RTBF sind in einer Verordnung («Décret») definiert und werden in einem Managementvertrag («Contrat de Gestion») für jeweils fünf Jahre konkretisiert. RTBF muss Informationssendungen, Sen-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dungen, die der kulturellen Entfaltung, der Bildung und der Unterhaltung dienen, sowie Sendungen für die Jugend bereitstellen, die qualitativ hochwertig und vielfältig sind. Es soll das breitest mögliche Publikum erreicht und ein Beitrag zum sozialen Zusammenhalt geleistet werden. Zudem hat RTBF einen Schwerpunkt auf die Realisierung von inländischen Produktionen und Eigenproduktionen zu legen (Art. 3 Décret 14.07.1997). Informations- und Bildungssendungen müssen objektiv sein und RTBF muss eine Qualitätskontrolle implementieren (Art. 7 § 2 Décret 14.07.1997). Das Angebot der RTBF umfasst alle Verbreitungs- und Nutzungsplattformen (6.1 (b) Contrat de Gestion RTBF).

RTBF muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 85 Contrat de Gestion RTBF), der auf der Website verfügbar ist (RTBF o.J.c). Eine öffentliche Anhörung findet im Rahmen der Erneuerung des Managementvertrags alle fünf Jahre statt, und bei einem Ex-ante-Test (Art. 9 § 3bis und Art. 4 Décret 14.07.1997), jedoch ist keine regelmäßige Publikumsbefragung vorgesehen. Einen Publikumsrat gibt es nicht.

RTBF arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt, und es darf Werbung und/oder Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Art. 27 § 1er (2) Décret 14.07.1997). 2017 verzeichnete RTBF einen Betriebsertrag von EUR 357.4 Mio., EUR, 260.5 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln (Steuern), EUR 71 Mio. aus Werbung, EUR 10.5 Mio. aus Kabelgebühren und 15.4 Mio. aus anderen Erträgen (RTBF 2018: 93). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

RTBF muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 1 Décret 14.07.1997). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 12/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 9) Belgien ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich der für alle französisch- und deutschsprachigen Medien zuständige, unabhängige Journalismusrat («Conseil de Déontologie Journalistique») (CDJ o.J., Accountable Journalism 2017b). Der Staat ist indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 17 § 2 Décret 14.07.1997). Regierung und Parlament bestimmten im Managementvertrag den Anteil der öffentlichen Mittel für RTBF (Art. 8, Art. 27 § 1 Décret 14.07.1997).

RTBF ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. RTBF ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. ihrer Kosten im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von RTBF-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Weder Radio- noch Fernsehsender von RTBF sind in Belgien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, jedoch können alle Radiosender über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.bi, bii, biii, biv). Die Fernsehsender haben «must carry»-Status auf allen bzw. vielgenutzten Plattformen und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 23, 46). Die Sender des RTBF können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (Art. 3 Décret 14.07.1997, Art. 43 und 43bis Contrat de Gestion RTBF). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (RTBF o.J.d), jedoch ist eine zeitliche Beschränkung von Video on Demand auf 30 Tage festgelegt (Art. 41quater (a) Contract de Gestion RTBF). RTBF hat sich selbst verpflichtet, die eigenen Beiträge über die von ihr 2009 gegründete Société de Numérisation (SONUMA) zu archivieren (Art. 17 Contrat de Gestion RTBF) und stellt über deren Website (Sonuma o.J.) eine Auswahl älterer Beiträge bereit. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich Radiosendungen auf der Website von RTBF anhören, Fernsehsendungen und der Live-Stream sind jedoch gesperrt. RTBF betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/rtbf).

Der Marktanteil der Radioprogramme von RTBF lag 2017 im Schnitt bei 37.1% (RTBF 2018: 79). Der Marktanteil der TV-Programme lag 2017 bei 23.6%, ihre Reichweite bei 37% (RTBF 2018: 77, 78). Die Website von RTBF verzeichnete im Schnitt täglich 210'000 Belgische «Visitors» und hatte eine wöchentliche Reichweite von 15.8%. Das VOD-Portal «auvio» verzeichnete 90'000 Belgische «Visitors» (RTBF 2015: 108). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 80% der Belgierinnen und Belgier den Informationen und Nachrichten im Radio und 76% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 66) erreichten die RTBF-Nachrichten in Wallonien 2018 den ersten Platz (7.11/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den belgischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Valcke/Lambrecht/Feci 2018: 8, 10).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 20) ergibt für RTFB eine Gesamtpunktzahl von 20 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet RTBF beim Outcome ab, wo es bei allen drei Merkmalen – Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Be-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

züglich vieler Merkmale ist RTBF jedoch ein «Grenzfall»; eine «Tragödie» zeigt sich beim Merkmal CC.

Tabelle 20 Evaluation: RTBF als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	1
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 19		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.2.3 Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT)

Die Aufgaben von VRT sind in einer Verordnung («Mediadecreet») definiert und werden in einem Managementvertrag («Beheersovereenkomst») für jeweils fünf Jahre konkretisiert. VRT soll zur Entwicklung der Identität und Vielfalt der Flämischen Kultur und einer demokratischen Gesellschaft beitragen und unabhängige Meinungsbildung ermöglichen. Der Programmauftrag beinhaltet erstens, dass das Programmangebot von VRT sich von kommerziellen Anbietern unterscheiden, von hoher Qualität und innovativ sein soll. Angeboten werden soll eine Vielfalt hochqualitativer Programme aus den Bereichen Information, Kultur, Bildung und Unterhaltung. Zweitens soll VRT die größtmögliche Anzahl von Mediennutzerinnen und -nutzern erreichen. Und drittens ist es VRT vorgeschrieben, die technologische Entwicklung genau zu verfolgen und die Programme den Zuschauern und Hörern auch über neue Medienapplikationen zur Verfügung zu stellen (Art. 6 § 2 Mediadecreet 2009).

VRT muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 17 § 1 (6) Mediadecreet 2009), der auf der Website verfügbar ist (VRT o.J.b). Darüber hinaus bestimmt die Regulierung einen Gemeinschaftsvertreter bzw. eine Gemeinschaftsvertreterin («gemeenschapsafgevaardigde»), die die Aktivitäten von VRT überwacht und einen Evaluationsbericht einreicht (Art. 30 Mediadecreet 2009, Beheersovereenkomst 2016–2020: 48). Eine öffentliche Anhörung findet statt, wenn der Managementvertrag von VRT nach fünf

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Jahren erneuert wird (Art. 20 Mediadecreet 2009). Einen Publikumsrat gibt es nicht.

VRT arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (Art. 8 Mediadecreet 2009). Werbung und Sponsoring sind ihm im Radio und Internet erlaubt, jedoch nicht im TV-Bereich (Art. 50, 92 und 99 Mediadecreet 2009). 2017 verzeichnete VRT einen Betriebsertrag von EUR 447.7 Mio., EUR 286.6 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln, EUR 70.9 Mio. aus kommerziellen und EUR 90.2 Mio. aus anderen Erträgen (VRT 2018: 162, 178). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

VRT muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 7 Mediadecreet 2009). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 12/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 9) Belgien ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich der für alle Medien zuständige, selbstregulierte Journalismusrat («Raad voor de Journalistiek») (RVDJ o.J., Accountable Journalism 2017b). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 12 § 1, 14 Mediadecreet 2009). Der Anteil der öffentlichen Mittel für VRT wird von der Regierung festgelegt (Art. 16 Mediadecreet 2009), ist jedoch an den Gesundheitsindex gebunden (Art. 166/1 Mediadecreet 2009).

VRT ist teilweise auf Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. VRT ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seiner Kosten im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von VRT-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Die meisten Radiosender von VRT sind in Belgien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, alle können außerdem über Streaming rezipiert werden. Für die Fernsehsender gilt beides nicht (LyngSat o.J.bi, bii, biii, biv). Die Fernsehsender haben aber «must carry»-Status auf allen bzw. vielgenutzten Plattformen und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 23, 46). Die Sender von VRT solle möglichst viele Mediennutzende erreichen (Art. 6 § 2 Mediadecreet 2009). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website (VRT o.J.c) bzw. auf den Seiten der Sender (z.B. Radio 1 o.J.) rezipiert werden, eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht gesetzlich festgelegt. VRT ist nicht verpflichtet, Beiträge längerfristig zu ar-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

chivieren, und verzichtet darauf, auf der Website eine Auswahl historischer Beiträge bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich Radiosendungen auf der Website von VRT anhören, Fernsehsendungen und der Live-Stream sind jedoch gesperrt. VRT betreibt einige eigene YouTube-Kanäle (u.a. https://www.youtube.com/user/vrtradio1).

Die Tagesreichweite der VRT-Radioprogramme lag 2017 im Schnitt bei 71.1%, der Marktanteil betrug 63.7%. Der Marktanteil der TV-Programme betrug 37.1%. Die Radioprogramme wurden zudem im Tagesdurchschnitt von knapp 60'000 Hörerinnen und Hörern via Internet und App gehört, und die VRT-Website verzeichnete 2017 173 Mio. gestartete Videoclips (VRT 2018: 22–26). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 80% der Belgierinnen und Belgier den Informationen und Nachrichten im Radio und 76% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 66) erreichten die VRT-Nachrichten in Flandern 2018 den ersten Platz (7.65/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den belgischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Valcke/Lambrecht/Feci 2018: 8, 10).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 21) ergibt für VRT eine Gesamtpunktzahl von 22 – er ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet VRT beim Outcome ab, wo er in allen drei Merkmalen – Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass VRT zahlreiche Instrumente der Rechenschaft nutzt. Bezüglich vieler Merkmale ist VRT jedoch ein «Grenzfall»; eine «Tragödie» zeigt sich beim Merkmal CC.

Tabelle 21 Evaluation: VRT als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 22		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6.3 Dänemark

6.3.1 Danmarks Radio (DR)

Die Aufgaben von DR sind in der Verordnung zum Gesetz über den Rundfunk- und Fernsehbetrieb («LBK 248/2019») und in der Verordnung zur Satzung von DR («BEK 1288/2015») festgelegt – wobei letztere kürzlich per Verordnung angepasst wurde («BEK 1620/2018») – sowie in einem Vertrag mit der Regierung («DRs Public Service Kontrakt») für jeweils vier Jahre konkretisiert. Neben den Standards der Qualität, Vielseitigkeit und Vielfalt muss DR Informationsfreiheit und freie Meinungsäußerung berücksichtigen. Alle Programme sollen die Gesellschaft zum Diskurs befähigen. Die Besonderheiten Dänemarks sollen dabei in Sprache und Gewichtung der einzelnen Inhalte abgebildet werden, wobei alle kulturellen Sparten abgedeckt werden sollen. Der Service public soll demnach aus einer Vielzahl an Programmen und Dienstleitungen bestehen. Diese werden durch TV, Radio, Internet oder weitere Plattformen verbreitet (§ 10 LBK 248/2019).

DR muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (§ 32 BEK 1288/2015), der auf der Website verfügbar ist (DR o.J.b). Eine öffentliche Anhörung und eine Befragung des Publikums sind gesetzlich nicht vorgesehen, jedoch wird DR im Managementvertrag (DRs Public Service Kontrakt: 11) zum Dialog mit (externen) Hörer- und Zuschauerorganisationen aufgefordert.

DR arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (§ 10 BEK 1288/2015). DR darf aber keine Werbung und kein Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (§ 30 BEK 1288/2015, § 13 LBK248/2019). 2017 verzeichnete DR einen Betriebsertrag von DKK 4‘099.1 Mio. (EUR 551.1 Mio.). DKK 3‘708.4 Mio. (EUR 498.5 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln, DKK 390.7 Mio. (EUR 52.5 Mio.) aus kommerziellen Erträgen (DR 2018: 13, 29). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

DR muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (§ 15 LBK 248/2019), Zensur ist in der Verfassung für immer verbannt (Art. 77 Danmarks Riges Grundlov). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 12/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 4) Dänemark ein gutes Zeugnis aus. Programmbeschwerden behandelt der DR selbst (DR o.J.c), diese können aber auch beim für alle Medien zuständigen, unabhängigen Presserat («Pres-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

senaevnet») eingereicht werden (§ 25–29 BEK 1288/2015, Accountable Journalism 2017c). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (§ 16 BEK 1620/2018). Regierung und Parlament bestimmen den Anteil der öffentlichen Mittel für DR (§ 69, 69a LBK 248/2019).

DR ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. DR ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von DR-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Die meisten Radio- und ein Fernsehsender von DR sind in Dänemark unverschlüsselt via Satellit empfangbar, alle Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.ci, cii, ciii, civ). Die Fernsehprogramme von DR sind zudem im Kabel und terrestrisch empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 47, 100–102). Die Sender von DR können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (§ 10 LBK 248/2019). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (DR o.J.d, DR o.J.e), jedoch ist für eingekaufte Filme eine zeitliche Beschränkung von acht Tagen festgelegt (DRs Public Service Kontrakt: 7). DR ist zur Erhaltung des kulturellen Erbes verpflichtet, ein Programmarchiv zu führen (DRs Public Service Kontrakt: 9), verzichtet aber darauf, auf der Website eine Auswahl historischer Inhalte bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich Radiosendungen auf der Website von DR anhören, einige Fernsehsendungen und der Live-Stream sind jedoch gesperrt. DR betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/DR).

Der Marktanteil der Radioprogramme von DR lag 2017 im Schnitt bei 72%, die wöchentliche Reichweite bei 94%. Der Marktanteil der TV-Programme lag bei 37%. Die Website von DR verzeichnete wöchentlich 1.7 Mio. Zugriffe, und das digitale Angebot hatte eine wöchentliche Reichweite von 45% (DR 2018: 13). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 84% der Däninnen und Dänen den Informationen und Nachrichten im Radio und 85% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 74) erreichten die DR-Nachrichten in Dänemark 2018 den ersten Platz (7.48/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den dänischen Medien bezüglich politischer

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion schlechte Noten (Netterstrøm 2018: 6, 7).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 22) ergibt für DR eine Gesamtpunktzahl von 20 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet DR beim Outcome ab, wo es bei zwei von drei Merkmalen – Reichweite und Zustimmung – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass DR sehr wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» zeigt sich beim Merkmal CC.

Tabelle 22 Evaluation: DR als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 20		
	Zustimmung	2			
	Performanz	1			

6.4 Deutschland

6.4.1 Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD)

Die Aufgaben der ARD sind im Rundfunkstaatsvertrag («RStV») definiert. Demnach soll die ARD die kulturellen, sozialen und demokratischen Bedürfnisse der deutschen Bevölkerung erfüllen und die Meinungsbildung ermöglichen. Durch einen Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen soll die ARD internationale Verständigung, europäische Integration und Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. ARD-Sendungen dienen der Bildung, Information, Beratung, Kultur und Unterhaltung, wichtige Grundsätze sind Objektivität, Unparteilichkeit und Ausgewogenheit (§ 11 RStV). Die ARD darf «Telemedien», also online zur Verfügung stehende nichtlineare audiovisuelle Dienste anbieten, die jedoch «journalistisch-redaktionell» sein müssen (§ 11 d (1), (4) RStV).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Die ARD muss jedes zweite Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben der letzten beiden Jahre verfassen (§ 11e (2) RStV), der auf der Website verfügbar ist (ARD 2019). Weder eine öffentliche Anhörung noch eine regelmäßige Befragung des Publikums sind vorgesehen. Die Landesmedienanstalten der ARD verfügen je über einen Rundfunkrat, dessen Mitglieder verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und politischen Parteien angehören und so die «wesentlichen Meinungen» vertreten (§ 32 RStV). Einen eigentlichen Publikumsrat gibt es nicht.

Die ARD arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihr kommerzielle Aktivitäten erlaubt (§ 16a RStV), und sie darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (§ 13 RStV). 2017 verzeichnete die ARD einen Betriebsertrag von EUR 6'495 Mio., EUR 5'590.4 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln (Haushaltsabgabe), je EUR 452.3 Mio. hat die ARD aus Werbung und sonstigen Erträgen eingenommen (ARD 2018b). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

Die ARD muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (§ 10 RStV; Art. 5 (1) Grundgesetz). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 20/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 16) Deutschland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich die Landesmedienanstalten der ARD, sie müssen für die Entscheidung aber die Zustimmung ihres Programmbeirats einholen (Art. 32 (5) RStV). Der unabhängige deutsche Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017d). Die Politik ist indirekt in die durch die Rundfunkräte der Landesmedienanstalten vollzogenen Wahl oder Abwahl der Intendanten oder Intendantinnen involviert (z.B. Art. 12 BayRG). Über den Anteil der öffentlichen Mittel bestimmt jedoch die unabhängige «Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten» (KEF) (§ 14 RStV).

Die ARD ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, und bietet auf der eigenen Website einige Diskussionsforen an (ARD o.J.a). Die ARD ist verpflichtet, mindestens 10% ihrer Sendezeit bzw. ihres Budgets im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Der Norddeutsche Rundfunk (NDR o.J.) bietet auf seiner Website einige Inhalte zur Verwendung unter einer Creative-Commons-Lizenz an.

Alle Fernsehsender und die meisten Radiosender der ARD sind in Deutschland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, die meisten Fernseh-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

und Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.di, dii, diii, div). Die Fernsehsender haben zudem «must carry»-Status im Kabel und über IPTV und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 24, 46). Die Sender der ARD können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (§ 13 RStV). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (ARD o.J.b, ARD o.J.c), es ist jedoch eine zeitliche Beschränkung von sieben Tagen für die Bereitstellung bei Großereignissen, 30 Tagen bei Filmen festgelegt (§ 11d (2–3) RSVT). Die ARD ist verpflichtet, zeitlich unbefristete Archive mit «zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten» zu betreiben (§ 11d (4) RSVT), und sie stellt eine Auswahl historischer Inhalte bereit (ARD o.J.d). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können Radiosendungen auf der Website von ARD anhören, einige Fernsehsendungen und der Live-Stream sind jedoch gesperrt. Die ARD betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/ARD).

Der «ARD-Medienverbund» (Fernsehen, Hörfunk und Online) erreichte im Januar und Februar 2018 eine Tagesreichweite von 80.3% (ARD 2018c: 13). Die Tagesreichweite der Radioprogramme lag 2017 bei 51.2%, der Marktanteil bei 55.8% (ARD o.J.e). Der Marktanteil der Fernsehprogramme (Das Erste und Dritte) schwankte 2017 im Tagesverlauf zwischen 18.3 und 28.3% (ARD o.J.f). Das «digitale Portfolio» der ARD erreichte 2016 mehr als 283 Mio. «Visits», durchschnittlich 23.6 Mio. pro Monat, der Livestream auf DasErste.de hatte im Mai 2016 4.4 Mio. «Visits» (ARD 2018c: 56–57). Im April 2018 waren es im gesamten Netzwerk 262.7 Mio. «Visits» und 1633.6 Mio. «page impressions» (ARD 2018e). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 70% der Deutschen den Informationen und Nachrichten in Radio und Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 80) erreichten die ARD-Nachrichten in Deutschland 2018 den ersten Platz (7.01/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den deutschen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Steindl/Hanitzsch 2018: 9, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 23) ergibt für die ARD eine Gesamtpunktzahl von 23 – sie ist also knapp ein «Media Commons». Am besten schneidet die ARD beim Outcome ab, wo sie bei allen drei Merkmalen – Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass die ARD sehr wenig kommerzielle Finanzierung aufweist und dass sie Diskussionsforen anbie-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tet. Eine «Tragödie» ist bei keinem Merkmal zu verzeichnen, jedoch hat die ARD beim Merkmal CC nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht.

Tabelle 23 Evaluation: ARD als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	2
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 23		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.4.2 Deutschlandradio (DRadio)

Die Aufgaben des DRadio sind im Rundfunkstaatsvertrag («RStV») definiert. Demnach soll es die kulturellen, sozialen und demokratischen Bedürfnisse der deutschen Bevölkerung erfüllen und die Meinungsbildung ermöglichen. Durch einen Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen soll es internationale Verständigung, europäische Integration und Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Die Sendungen dienen der Bildung, Information, Beratung, Kultur und Unterhaltung, wichtige Grundsätze sind Objektivität, Unparteilichkeit und Ausgewogenheit (§ 11 RStV). Das DRadio darf «Telemedien», also online zur Verfügung stehende nichtlineare audiovisuelle Dienste anbieten, die jedoch «journalistisch-redaktionell» sein müssen (§ 11 d (1), (4) RStV).

Das DRadio muss jedes zweite Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben der letzten beiden Jahre verfassen (§ 11e (2) RStV), der auf der Website verfügbar ist (DRadio o.J.b). Weder eine öffentliche Anhörung noch eine regelmäßige Befragung des Publikums sind vorgesehen. Das DRadio verfügt über einen Hörfunkrat, dessen Mitglieder verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und politischen Parteien angehören und so die «wesentlichen Meinungen» vertreten (§ 32 RStV), einen Publikumsrat gibt es jedoch nicht.

Das DRadio arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (§ 16a RStV), und es darf Werbung und Sponso-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ring als Einnahmequellen nutzen (§ 13 RStV). 2017 verzeichnete das DRadio einen Betriebsertrag von EUR 254.8 Mio., EUR 225.6 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln, EUR 21.6 Mio. aus übrigen Erträgen (DRadio 2018: 19–20). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

Das DRadio muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (§ 10 RStV; Art. 5(1) Grundgesetz). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 20/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 16) Deutschland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich das DRadio selbst, muss für die Entscheidung aber die Zustimmung seines Hörfunkrats einholen (§ 32(5) RStV). Der unabhängige deutsche Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017d). Die Politik ist indirekt in die durch den Hörfunkrat vollzogene Wahl oder Abwahl des Intendanten oder der Intendantin involviert (§ 26 DRadio-StV). Über den Anteil der öffentlichen Mittel bestimmt die unabhängige «Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten» (KEF) (§ 14 RStV).

Die drei Sender des DRadio sind auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, es bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. Das DRadio ist nicht gesetzlich dazu verpflichtet, mit der Kulturindustrie zusammenzuarbeiten. Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von DRadio-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Radiosender des DRadio sind in Deutschland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, sie können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.dii, div). Die Sender des DRadio können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (§ 13 RStV). Ausgestrahlte Radiosendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (DRadio o.J.c), es ist keine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte festgelegt. Das DRadio ist verpflichtet, zeitlich unbefristete Archive mit «zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten» zu betreiben (§ 11d (4) RSVT), die Organisation bietet Podcasts unter der Rubrik «Aus den Archiven» an (DRadio o.J.d). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich die Sendungen auf der Website des DRadio anhören. Das DRadio betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (https://www.youtube.com/channel/UCchyEzZDa4NBkSy-8VDUotw).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Die Tagesreichweite der drei Radiosender des DRadio lag 2017 kumuliert bei 2.8%, der Marktanteil bei 1.6% (ARD o.J.d). Die Web-Radios der drei Sender verzeichneten kumuliert 5 Mio. «Sessions» pro Monat (DRadio 2018: 10). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 70% der Deutschen den Informationen und Nachrichten im Radio (EC 2018: 6, 7). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den deutschen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Steindl/Hanitzsch 2018: 9, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 24) ergibt für das DRadio eine Gesamtpunktzahl von 19 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet das DRadio beim Zugang zu den Inhalten ab, wo es in allen drei Merkmalen – Universalität, On Demand und Ausland – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass das DRadio wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» zeigt sich jedoch beim Merkmal der Reichweite sowie bei der Kollaboration, wo das DRadio bei zwei Merkmalen – Co-Kreation und CC – einer «Tragödie» entspricht.

Tabelle 24 Evaluation: DRadio als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	0
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	2
Outcome	Reichweite	0	Total: 20		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.4.3 Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)

Die Aufgaben des ZDF sind im Rundfunkstaatsvertrag («RStV») definiert. Demnach soll es die kulturellen, sozialen und demokratischen Bedürfnisse der deutschen Bevölkerung erfüllen und die Meinungsbildung ermöglichen. Durch einen Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen soll es internationale Verständigung, europäische Integration und Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Die Sendungen dienen der Bildung, Information, Beratung, Kultur und Unterhaltung, wichtige Grundsätze

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sind Objektivität, Unparteilichkeit und Ausgewogenheit (§ 11 RStV). Das ZDF darf «Telemedien», also online zur Verfügung stehende nichtlineare audiovisuelle Dienste anbieten, die jedoch «journalistisch-redaktionell» sein müssen (§ 11d (1), (4) RStV).

Das ZDF muss jedes zweite Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben der letzten beiden Jahre verfassen (§ 11e (2) RStV), der auf der Website verfügbar ist (ZDF 2019b). Es ist weder eine öffentliche Anhörung im Rahmen des Ex-Ante-Tests noch eine regelmäßige Befragung des Publikums gesetzlich vorgeschrieben. Das ZDF verfügt über einen Fernsehrat, dessen Mitglieder verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und politischen Parteien angehören und so die «wesentlichen Meinungen» vertreten (§ 32 RStV). Einen eigentlichen Publikumsrat gibt es jedoch nicht.

Das ZDF arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (§ 16a RStV), und es darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (§ 13 RStV). 2017 verzeichnete das ZDF einen Betriebsertrag von EUR 2‘188 Mio., EUR 1‘894.9 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln, EUR 153.7 Mio. aus Werbung und Sponsoring, EUR 139.4 Mio. aus übrigen Erträgen (ZDF 2019c: o.S.). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

Das ZDF muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (§ 10 RStV; Art. 5 (1) Grundgesetz). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 20/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 16) Deutschland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich das ZDF selbst, muss für die Entscheidung aber die Zustimmung seines Fernsehrates einholen (§. 32 (5) RStV). Der unabhängige deutsche Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017d). Die Politik ist indirekt in die durch den Fernsehrat vollzogene Wahl oder Abwahl des Intendanten oder der Intendantin involviert (§ 26 ZDF-StV), den Anteil der öffentlichen Mittel für das ZDF bestimmt jedoch die unabhängige «Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten» (KEF) (§ 14 RStV).

Das ZDF ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. Das ZDF ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

beisteuert. Eine Verwendung von ZDF-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist in einzelnen Fällen vorgesehen (CC 2008).

Alle Fernsehsender des ZDF sind in Deutschland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, sie können jedoch nicht über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.di, diii). Die Fernsehsender haben aber «must carry»-Status im Kabel und über IPTV und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 24, 46). Die Sender des ZDF können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (§ 13 RSVT). Ausgestrahlte Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (ZDF o.J.a), es ist jedoch eine zeitliche Beschränkung von sieben Tagen für die Bereitstellung bei Großereignissen, 30 Tagen bei Filmen festgelegt (§ 11d (2–3) RStV). Das ZDF ist verpflichtet, zeitlich unbefristete Archive mit «zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten» zu betreiben (§ 11d (4) RStV), die Organisation stellt unter der Rubrik «Geschichte» eine Auswahl historischer Beiträge bereit (ZDF o.J.b). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich die Fernsehsendungen auf der Website von ZDF mit einigen Ausnahmen ansehen, der Live-Stream ist jedoch gesperrt. Das ZDF betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/zdf).

Der Marktanteil des ZDF lag 2017 bei 13%. Die ZDF-Digitalkanäle erreichten 19.4% Marktanteil (ZDF 2018: 3–4). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 70% der Deutschen den Informationen und Nachrichten im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 80) erreichten die ZDF Nachrichten in Deutschland 2018 den zweiten Platz (6.85/10 Punkten) hinter der ARD. Der Media-Pluralism-Monitor gibt den deutschen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Steindl/Hanitzsch 2018: 9, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 25) ergibt für das ZDF eine Gesamtpunktzahl von 21 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet das ZDF beim Outcome ab, wo er in zwei von drei Merkmalen – Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass das ZDF nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» ist bei keinem Merkmal zu verzeichnen, jedoch hat das ZDF beim Merkmal CC nur knapp den Status des «Grenzfalls» erreicht.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 25 Evaluation: ZDF als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 21		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.5 Finnland

6.5.1 Yleisradio (Yle)

Der Auftrag von Yle ist im Yle-Gesetz («Laki Yle») definiert. Yle ist verpflichtet, alle Bürgerinnen und Bürger zu gleichen Bedingungen mit vielseitigen und umfassenden Radio- und Fernsehprogrammen sowie zusätzlichen Diensten zu versorgen. Das Programm besteht aus Informationssendungen, Debatten, kulturellen Sendungen und «inspirierender» Unterhaltung, sowie Programmen für Kinder und Jugendliche. Ziel ist es, die Demokratie zu stärken, Partizipation zu ermöglichen, Bildung, Integration und Gleichheit zu fördern, sowie die finnische Kultur zu erhalten. Finnisch- und Schwedisch-sprachige Bürgerinnen und Bürger werden gleichbehandelt, und Yle bietet Dienste auf Sami, Roma, Gebärdensprache sowie nach Möglichkeit in weiteren Sprachen an. Yle fördert Toleranz und Multikulturalismus und bietet Programme für Minderheiten sowie fürs Ausland (s. 7 Laki Yle 1380/1993).

Yle muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 12b Laki Yle 1380/1993), der auf der Website verfügbar ist (Yle o.J.c). Im Rahmen des Public Value Tests ist eine Anhörung von Expertinnen und Experten vorgesehen (s. 6a-b Laki Yle 1380/1993). Yle verfügt über einen 21-köpfigen, vom Parlament gewählten Aufsichtsrat, in dem Personen aus Kunst, Wissenschaft, Bildung, Wirtschaft, sowie Vertreterinnen und Vertreter von sozialen Gruppen und sprachlichen Minderheiten einsitzen (s. 5 Laki Yle 1380/1993). Ein eigentlicher Publikumsrat ist jedoch nicht vorgesehen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Yle arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (s. 7b Laki Yle 1380/1993). Die Sender und Dienste von Yle müssen aber frei von Werbung und Sponsoring sein (s. 12 Laki Yle 1380/1993). 2017 verzeichnete Yle einen Betriebsertrag von EUR 472.3 Mio., EUR 461.8 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln (Rundfunksteuer), EUR 10.5 Mio. stammen aus Programmverkäufen und Dienstleistungen (YLE 2018a: 16). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

Yle muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 7a Laki Yle 1380/1993, Art. 12 Suomen Perustuslaki 731/1999). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 12/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 3) Finnland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich der für alle Medien zuständige, unabhängige Rat für Massenmedien («Julkisen Sanan Neuvosto») (JSN 2008, Accountable Journalism 2017e). Der Generaldirektor bzw. die Generaldirektorin wird vom durch das Parlament gewählten Aufsichtsrat gewählt (s. 5, 6 Laki Yle). Die einkommensabhängige Rundfunksteuer ist jedoch auf 2.5% des Nettoeinkommens festgelegt (Muutetaan Laki YLE § 2 817/2017).

Yle ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv und bietet auf der eigenen Website einige Diskussionsforen an. Yle ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von Yle-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist teilweise vorgesehen (Yle o.J.d).

Alle Radio- und einzelne Fernsehsender von Yle können in Finnland über Streaming rezipiert werden, sie sind jedoch nicht unverschlüsselt via Satellit empfangbar (LyngSat o.J.ei, eii). Die Fernsehsender haben aber «must carry»-Status im Kabel und über IPTV und im terrestrischen Netz und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 24, 47). Die Sender von Yle können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (s. 7 Laki Yle). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (Yle o.J.e), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht gesetzlich festgelegt. Yle ist nicht dazu verpflichtet, ihre Beiträge zeitlich unbefristet zu archivieren, stellt auf der Website aber eine Auswahl älterer Inhalte bereit (Yle o.J.f). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich die Radiosendun-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gen auf der Website von Yle anhören, der Live-Stream und einzelne Fernsehsendungen sind jedoch gesperrt. Yle betreibt einige eigene YouTube-Kanäle (u.a. https://www.youtube.com/user/yle).

Die Wochenreichweite der Yle-Radioprogramme lag 2017 bei 51%, ihr Marktanteil bei 49%. Die Wochenreichweite der TV-Programme lag bei 83% und der Marktanteil bei 43%. Die Wochenreichweite des Webangebots lag bei 62%, und es wurden täglich 1.5 Mio. Video- oder Audioclips auf Areena online gestartet (Yle 2018b: 12–13). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 91% der Finninnen und Finnen den Informationen und Nachrichten im Radio und 90% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 76) erreichten die Yle Nachrichten in Finnland 2018 den ersten Platz (7.91/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den finnischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Manninen 2018: 9, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 26) ergibt für Yle eine Gesamtpunktzahl von 23 – es ist also knapp ein «Media Commons». Am besten schneidet Yle beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome ab, wo es jeweils bei zwei von drei Merkmalen – Universalität und On Demand bzw. Reichweite und Zustimmung – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass das Yle sehr wenig kommerzielle Finanzierung aufweist, dass es Diskussionsforen anbietet und die Möglichkeit von Creative-Commons-Lizenzen schon genutzt hat. Eine «Tragödie» ist bei keinem Merkmal zu verzeichnen..

Tabelle 26 Evaluation: Yle als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	2
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 23		
	Zustimmung	2			
	Performanz	1			

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6.6 Frankreich

6.6.1 France Télévisions (FTV)

Die Aufgaben von FTV sind im Rundfunkgesetz («Loi 1067/1986») und in einem per Dekret definierten Pflichtenheft («Cahier des Charges») definiert und werden in einem Vertrag («Contrat d'Objectifs et de Moyens») für jeweils 3 bis 5 Jahre konkretisiert. Das publizistische Angebot von FTV soll möglichst vielfältig sein und unterschiedliche redaktionelle Linien beinhalten. Das Pflichtenheft beschreibt detailliert 15 Genres, die bedient werden sollen: Kultur, Musik, Events, Wissenschaft und Bildung, Sport, Film, Kino, Dokumentationen, Jugendsendungen, Information und Debatte, Medienbildung, Europa, Religion, Spiele. Auch die Ziele, die FTV erreichen soll – einerseits bürgernah und sozial sein, andererseits das politische, professionelle und städtische Leben abbilden – sowie die Art der Zusammenarbeit mit anderen Sendern werden im Detail ausgeführt. Weiter soll FTV innovative Programme und neue Formate entwickeln und das Erlernen von Fremdsprachen ermöglichen (Art. 2, 4–18, 23, 26, 35–44, 45–56, 60–69 Cahier des Charges FTV). Neben Radio und Fernsehen soll auch VOD bereitgestellt werden (Art. 1, 22 Cahier des Charges FTV).

FTV muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 70 Cahier des Charges FTV), der auf der Website normalerweise[12] verfügbar ist. Darüber hinaus muss FTV regelmäßig seine Reichweite auf allen Kanälen messen und qualitative Daten über die generelle Zufriedenheit des Publikums sowie über deren Wahrnehmung von Unparteilichkeit und gezeigter Vielfalt erheben. Die Ergebnisse müssen veröffentlicht werden (Art. 20 Cahier des Charges FTV). Eine öffentliche Anhörung bei der Erneuerung des Vertrags mit der Regierung ist nicht vorgesehen. FTV verfügt über einen Publikumsrat (Art. 46 Loi 1067/1986), jedoch gibt es keine Vorgaben zur Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Gremien.

FTV arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt, und es darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Art. 27 Cahier des Charges FTV). 2017 verzeichnete FTV einen Betriebsertrag von EUR 3107.2 Mio., EUR 2548.1 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln (Gebühren und Steuern), EUR 382.1 Mio. aus Werbung

12 Zum Zeitpunkt als dieses Buch gedruckt wurde war nur der Finanzbericht des Jahres 2018 verfügbar, der Jahresbericht 2018 jedoch nicht.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

und Sponsoring, EUR 177 Mio. aus anderen Einnahmen (FTV 2018: 21). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

FTV muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 1 Loi 1067/1986; Art. XI de la Constitution Française). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 26/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 39) Frankreich ein gutes Zeugnis aus, kritisieren jedoch den Umgang mit Verleumdungsvorwürfen. Um Programmbeschwerden kümmert sich FTV im ersten Schritt selbst (FTV o.J.b), danach übernimmt die staatliche Regulierungsbehörde «Conseil Supérieur de l'audiovisuel» (CAS) (Art. 1, 3.1, 42 Loi 1067/1986, CSA o.J.), Frankreich verfügt über keinen unabhängigen Presserat (Accountable Journalism 2017f). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 47-1, 47-4 Loi 1067/1986). Die Höhe der öffentlichen Mittel von FTV wird durch Parlament und Regierung festgelegt, ist jedoch an den Verbraucherindex gebunden (Art. 53 VI-VII Loi 1067/1986, Art. 1605 Abs. I-III CGI).

FTV ist auf gängigen Social-Media-Plattformen, bietet aber auf der eigenen Website keine Diskussionsforen an. FTV ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist auch nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von FTV-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Die meisten Fernsehsender von FTV sind in Frankreich unverschlüsselt via Satellit empfangbar, sie können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.fi, fiii). Die Fernsehsender haben zudem «must carry»-Status im Kabel sowie über Satellit, und das digital-terrestrische und mobile Netz und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 24, 47). Die Sender von FTV können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (Art. 1er Décret n° 2009-796). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (FTV o.J.c), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. FTV ist verpflichtet, die eigenen Beiträge dem Institut National de l'audiovisuel (INA) zur Archivierung zuzustellen (Art. 49 Loi n° 86-1067, Art. 60 Cahier des Charges FTV). Die Organisation verzichtet jedoch darauf, auf der Website eine Auswahl an älteren Beiträgen bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können auf die Radiobeiträge der Website zurück-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

greifen, zahlreiche Fernsehbeiträge sind jedoch gesperrt. FTV betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/myFrancetv).

Der Marktanteil der TV-Programme von FTV lag 2017 im Schnitt bei 28.1% (Médiamétrie 2018: 2). Auf ihren Websiten verzeichnete FTV 2016[13] zudem 106 Mio. «Visits» pro Monat und 350 Mio. Video-Streams (FTV o.J.d). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 63% der Französinnen und Franzosen den Informationen und Nachrichten im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 76) erreichten die FTV-Nachrichten in Frankreich 2018 den zweiten Platz (6.47/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den französischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion gute Noten (García-Graña/Vedel/Grassler 2018: 9, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 27) ergibt für FTV eine Gesamtpunktzahl von 21 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet FTV beim Zugang zu den Inhalten ab, hier entspricht es in zwei von drei Merkmalen – Universalität und On Demand – einem «Media Commons». Erfreulich ist zudem, dass FTV nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» ist jedoch beim Merkmal CC zu verzeichnen, außerdem hat FTV beim Merkmal Rechenschaft nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht.

Tabelle 27 Evaluation: FTV als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	2		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 21		
	Zustimmung	1			
	Performanz	2			

13 Der Jahresbericht von FTV zum Jahr 2017 war im Mai 2019 nicht komplett verfügbar, nur auf die (finanziellen) Kennzahlen konnte zugegriffen werden (FTV 2018).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6.6.2 Radio France (RF)

Die Aufgaben von RF sind im Rundfunkgesetz («Loi 1067/1986») und in einem per Dekret definierten Pflichtenheft («Cahier des Charges») definiert und werden in einem Vertrag («Contrat d'Objectifs et de Moyens») für jeweils 3 bis 5 Jahre konkretisiert. Die Aufgabe von Radio France ist es, alle Teile der Bevölkerung zu versorgen, das französische Erbe zu schützen und zwischen verschiedenen Gruppierungen auf nationaler und regionaler Ebene zu vermitteln (Art. 3 Cahier des Charges RF). Das Unternehmen soll unabhängig berichten, sich gegenüber dem Publikum sensibel verhalten, zur Kohäsion beitragen, und auf sprachliche Qualität achten (Art. 4, 5, 5-1, 6 Cahier des Charges RF). Das Pflichtenheft definiert zudem Genres: Information, Musik, oder auch Fiktion (Art. 26–31 Cahier des Charges RF).

RF muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 103 Cahier des Charges RF), der auf der Website verfügbar ist (RF o.J.b). Eine öffentliche Anhörung bei der Erneuerung des Vertrags mit der Regierung ist nicht vorgesehen. RF verfügt über keinen Publikumsrat, und es gibt keine Vorgaben zur Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Gremien.

RF arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt, und es darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Art. 32 Cahier des Charges RF). 2017 verzeichnete RF einen Betriebsertrag von EUR 656 Mio., EUR 577.8 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln, EUR 48.4 Mio. aus Werbeeinnahmen, EUR 14.4 Mio. aus Partnerschaften und EUR 15.4 aus anderen Einnahmen (RF 2018: 81–82). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

RF muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 1 Loi 1067/1986; Art. XI de la Constitution Française). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 26/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 39) Frankreich ein gutes Zeugnis aus, kritisieren jedoch den Umgang mit Verleumdungsvorwürfen. Um Programmbeschwerden kümmert sich RF im ersten Schritt selbst (RF o.J.c), danach übernimmt die staatliche Regulierungsbehörde «Conseil Supérieur de l'audiovisuel» (CAS) (Art. 1, 3.1, 42 Loi 1067/1986, CSA o.J.), Frankreich verfügt über keinen unabhängigen Presserat (Accountable Journalism 2017f). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 47-2, 47-4 Loi 1067/1986). Der Anteil der öffentlichen Mittel für RF wird durch Parlament und Regierung festgelegt, ist jedoch an den Verbrau-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

cherindex gebunden (Art. 53 VI-VII Loi 1067/1986, Art. 1605 Abs. I-III CGI).

RF ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. RF ist verpflichtet, die Mehrheit der Sendezeit mit französischen Chansons zu bespielen und junge Talente zu fördern (Art. 30 Cahier des Charges RF). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von RF-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Radiosender des RF sind in Frankreich unverschlüsselt via Satellit empfangbar, sie können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.fii, fiv). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden, eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. RF ist verpflichtet, die eigenen Beiträge dem Institut National de l'audiovisuel (INA) zur Archivierung zuzustellen (Art. 49 Loi n° 86-1067, Art. 63–66 Cahier des Charges RF). Die Organisation verzichtet jedoch darauf, auf der Website eine Auswahl an älteren Beiträgen bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können auf der Website auf die Radiobeiträge zugreifen, und RF betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/radiofrance).

Die durchschnittliche Tagesreichweite der Radioprogramme von RF lag 2017 bei 26.9%. Die digitalen Dienste verzeichneten 2017 insgesamt 441 Mio. «Visits», 92.5 Mio. Podcast Downloads, und 63.8 Mio. Höraktivitäten (RF 2018: 86). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 76% der Französinnen und Franzosen den Informationen und Nachrichten im Radio (EC 2018: 6, 7). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den französischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion gute Noten (García-Graña/Vedel/Grassler 2018: 9, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 28) ergibt für das RF eine Gesamtpunktzahl von 21 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet RF beim Zugang zu den Inhalten ab, wo es bei allen drei Merkmalen – Universalität, On Demand und Ausland – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass das RF nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» ist bei den Merkmalen Einbezug und CC zu verzeichnen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 28 Evaluation: RF als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	0		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	2
Outcome	Reichweite	1	Total: 21		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.7 Großbritannien

6.7.1 British Broadcasting Corporation (BBC)

Die Aufgaben der BBC werden in der «Royal Charter» und einem «Agreement» definiert und in einer Vereinbarung («Operating Agreement») mit der unabhängigen Regulierungsbehörde («OFCOM») für jeweils 10 Jahre konkretisiert. Zudem machen das Kommunikationsgesetz («Communications Act») und die beiden Rundfunkgesetze («Broadcasting Act») von 1990 und 1996 Vorgaben. Die Mission der BBC ist «to inform, educate and entertain» (s. 5 Royal Charter). Konkret werden fünf Ziele und entsprechende Maßnahmen definiert: Erstens sollen objektive Informations- und Nachrichtensendungen den Bürgern und Bürgerinnen helfen, die Welt und das politische System zu verstehen. Zweitens sollen die BBC-Inhalte das Interesse der Bevölkerung an verschiedensten Themen wecken. Drittens sollen Eigenproduktionen die Kreativindustrie stimulieren. Viertens soll die BBC durch nationale, regionale und lokale Inhalte ihre verschiedenen Kulturen, Religionen, Einstellungen und Sprachen reflektieren. Fünftens soll der Austausch mit dem Ausland gefördert werden (s. 6 Royal Charter, s. 1.16–1.40 Operating Agreement). Dabei soll die BBC das Publikum in England, Schottland, Wales und Nordirland gut versorgen (s. 1.2.3 BBC Licence). Zum Auftrag gehören auch digitale, interaktive Services (Schedule 3, (s. 4.2h) BBC Licence).

Die BBC muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 1.13 BBC Licence, s. 37 Royal Charter), der auf der Website verfügbar ist (BBC o.J.b). Darüber hinaus muss die BBC jedes Jahr einen Finanz- und Arbeitsplan

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

publizieren (s. 1.7 BBC Licence, s. 36 Royal Charter), die eigene Performanz messen (s. 20 (3d) Royal Charter), und sich von der OFCOM mindestens zweimal reviewen lassen (s. 51 Royal Charter). Eine öffentliche Anhörung findet alle zehn Jahre statt, wenn die BBC-Lizenz erneuert wird (s. 1.8 BBC Licence, s. 59 Royal Charter). Die BBC muss zudem die Ansichten und Interessen der Öffentlichkeit und des Publikums in Erfahrung bringen (s. 10 Royal Charter). Mit der Schließung des BBC Trust am 2. April 2017 wurden auch die Publikumsräte in England, Nordirland, Schottland und Wales abgeschafft (BBC o.J.c, BBC o.J.d).

Der BBC sind kommerzielle Aktivitäten erlaubt, jedoch gehört dazu keine Werbefinanzierung (s. 23, 49 (4a) BBC Agreement, s. 7 (1d), (6) Royal Charter). 2017 verzeichnete die BBC einen Betriebsertrag von GBP 5'062.7 Mio. (EUR 5774.9 Mio.), GBP 3'830.2 Mio. (EUR 4379.3 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (Gebühren), GBP 1'232.5 Mio. (EUR 1405.9 Mio.) aus anderen Erträgen (BBC 2018: 180, 185). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

Die BBC muss unabhängig sein, d.h. der Staat bzw. die OFCOM darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 319 (4f) Communications Act 2003, s. 4 BBC Agreement, s. 3 (1), 20 (2) Royal Charter). Freedom House (2017d: 25/100) und Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 40) stellen Großbritannien bezüglich Medienfreiheit ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich in einem ersten Schritt die BBC selbst (BBC o.J.e), dann übernimmt die unabhängige Regulierungsbehörde OFCOM bzw. die Broadcasting Standards Commission (s. 319, 325, 328, Schedule 12 (s. 12–15, 20) Communications Act 2003, s. 106–121 Broadcasting Act 1996). Der unabhängige britische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017g). Der Staat ist indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin durch das BBC Board (s. 26 (1) Royal Charter, s. 25 BBC Licence, BBC o.J.f), und der Anteil der öffentlichen Mittel für die BBC wird vom Staatssekretariat festgelegt (s. 43 Royal Charter).

Die BBC ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv und bietet auf der eigenen Website Diskussionsforen an. Die BBC ist verpflichtet, 25% ihrer Sendezeit in unabhängige Produktionen zu investieren (s. 277 (1), Schedule 12 (s. 1) Communications Act 2003). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von BBC-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz war teilweise vorgesehen (CC 2009).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Alle Radio- und Fernsehsender der BBC sind in Großbritannien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, die Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.gi, gii, giii, giv). Die Fernsehsender haben zudem «must carry»-Status in vielgenutzten Netzwerken und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 24, 47). Die BBC darf jedoch «subscription services» entwickeln (s. 50 (1) BBC Agreement). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (BBC o.J.g, BBC o.J.h), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung wurde für 30 Tage festgelegt (BBC o.J.i). Die BBC ist verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren und dem Publikum «angemessene» Möglichkeiten des Zugangs geben (s. 69 BBC Agreement). Sie stellt auf der Website eine Auswahl älterer Inhalte bereit (BBC o.J.j). Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind die Fernsehbeiträge gesperrt, die Radiosender können jedoch angehört werden. Die BBC betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/BBC).

Die wöchentliche Reichweite der Radioprogramme der BBC bei den über 15-Jährigen lag 2017 bei 64%, diejenige der TV-Programme bei 80% und diejenige der Onlineangebote bei 74% (BBC 2018: 41). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 69% der Britinnen und Briten den Informationen und Nachrichten im Radio und 73% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 62) erreichten die BBC-Nachrichten in Großbritannien 2018 den ersten Platz (7.02/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den britischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Craufurd Smith/Cavaliere 2018: 8, 9).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 29) ergibt für die BBC eine Gesamtpunktzahl von 23 – sie ist also knapp ein «Media Commons». Am besten schneidet die BBC beim Outcome ab, hier entspricht sie in allen drei Merkmalen – Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons». Erfreulich ist zudem, dass die BBC zahlreiche Instrumente der Rechenschaft nutzt und Creative-Commons-Lizenzen genutzt hat und dass sie Diskussionsforen anbietet. Eine «Tragödie» ist bei keinem Merkmal zu verzeichnen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 29 Evaluation: BBC als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	2
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 23		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.7.2 Channel 4 (C4)

Die Aufgaben von C4 werden im Kommunikationsgesetz («Communications Act») und in den Rundfunkgesetzen («Broadcasting Act») von 1990 und 1996 definiert und in einer Lizenz («licence») für jeweils 10 Jahre konkretisiert[14]. Demnach soll C4 qualitativ hochwertige Medieninhalte fördern, anbieten und vertreiben, die den Interessen einer kulturell diversen Gesellschaft entsprechen. Dazu gehören Filme, Nachrichten, aber auch Sendungen für Kinder und Jugendliche, sowie das Schulfernsehen. Die Programme sollen alternative Sichtweisen zeigen und Kreativität, Partizipation, Innovation und globalen Austausch fördern. C4 soll auch digitale und On-Demand Dienste anbieten (s. 198A, 296 Communications Act 2003) und einen eigenen Charakter haben (s. 265 (3d) Communications Act 2003). C4 soll jedoch nicht selbst in die Produktion der ausgestrahlten Sendungen involviert sein (s. 295 Communications Act 2003).

C4 muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Schedule 3 (s. 13) Broadcasting Act 1990), der jeweils auf der Website verfügbar ist (C4 o.J.b). C4 muss außerdem ein «Statement of Media Content Policy» und ein «Statement of Programme Policy» verfassen (s. 198A, 266 Communications Act 2003). Außerdem führt die OFCOM jährlich ein Review durch (s. 198C Communications Act 2003). Eine öffentliche Anhörung ist nicht vorgesehen, auch keine regelmäßige Befragung des Publikums. C4 verfügt

14 Die Lizenz von 2004 wurde von der Regulierungsbehörde OFCOM 2014 mit wenigen Anpassungen um 10 Jahre verlängert (OFCOM 2014).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

über keinen Publikumsrat, und es gibt keine Vorschriften, die besagen, dass bestimmte gesellschaftliche Gruppen in der Organisation vertreten sein müssen.

C4 arbeitet nicht gewinnorientiert (C4 o.J.a), jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (s. 199 Communications Act 2003), und er finanziert sich durch Werbung und Sponsoring (s. 18 C4 Licence). 2017 verzeichnete C4 einen Betriebsertrag von GBP 960 Mio. (EUR 1095.1 Mio.), GDP 897 Mio. (EUR 1023.2 Mio.) stammten aus Werbung und Sponsoring, GDP 63 Mio. (EUR 71.9 Mio.) aus anderen Erträgen (C4 2018: 4, 147). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im hohen Bereich.

C4 muss unabhängig sein, d.h. die OFCOM darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 319 (4f) Communications Act 2003). Freedom House (2017d: 25/100) und Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 40) stellen Großbritannien bezüglich Medienfreiheit ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich C4 in einem ersten Schritt selbst (Channel 4 o.J.c), dann übernimmt die unabhängige Regulierungsbehörde OFCOM bzw. die Broadcasting Standards Commission (s. 319, 325, 328, Schedule 12 (s. 12–15, 20) Communications Act 2003, s. 106–121 Broadcasting Act 1996). Der unabhängige britische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017g). Das Staatssekretariat bestätigt die Mitglieder des C4-Vorstands, die dann wiederum den Generaldirektor bzw. die Generaldirektorin wählen (s. 23, Schedule 3 (s. 9) Broadcasting Act 1990).

C4 ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. C4 ist verpflichtet, 25% seiner Sendezeit in unabhängige Produktionen zu investieren (s. 277 (1) Communications Act 2003). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von C4-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Fernsehsender von C4 sind in Großbritannien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, sie können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.gi, giii). Der Hauptsender Channel 4 hat «must carry»-Status in vielgenutzten Netzwerken und ist digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 24, 47). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (C4 o.J.d), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. Channel 4 ist verpflichtet, einen Beitrag an das nationale TV-Archiv zur bezah-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

len, da dieses seine Sendungen archiviert (s. 182 Broadcasting Act 1990), die Organisation verzichtet jedoch darauf, auf der Website eine Auswahl älterer Beiträge bereitzustellen. Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind die audiovisuellen Inhalte der Website gesperrt, jedoch betreibt Channel 4 einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/channel4).

Der Marktanteil der Fernsehprogramme von C4 erreichte 2017 10.5% – 5.9% davon im traditionellen Fernsehen, 4.6% im digitalen Bereich (C4 2018: 84). Die Monatsreichweite der TV-Programme von C4 lag bei 81.4% aller Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer (C4 2018: 74, 83). C4 hatte 16.6 Mio. registrierte Onlinenutzerinnen und -nutzer und verzeichnete 719 Mio. «Video Views» (C4 2018: 58). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 73% der Britinnen und Briten den Informationen und Nachrichten im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 62) erreichten die C4-Nachrichten in Großbritannien 2018 den dritten Platz (6.68/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den britischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Craufurd Smith/Cavaliere 2018: 8, 9).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 30) ergibt für den C4 eine Gesamtpunktzahl von 18 – er ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet C4 beim Outcome ab, wo er in zwei von drei Merkmalen – Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass C4 zahlreiche Instrumente der Rechenschaft anwendet. Eine «Tragödie» zeigt sich bei drei Merkmalen: Einbezug, Non-Kommerz und CC. Außerdem hat C4 beim Merkmal Ausland nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht.

Tabelle 30 Evaluation: C4 als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	0		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	0	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 18		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6.7.3 Sianel Pedwar Cymru (S4C)

Die Aufgaben von S4C bzw. der «Welsh Authority» werden im Kommunikationsgesetz («Communications Act») und in den Rundfunkgesetzen («Broadcasting Act») von 1990 und 1996 definiert. S4C ist dazu verpflichtet, eine Vielfalt an Programmen hoher Qualität für ein Walisisches Publikum anzubieten – Programme in walisischer Sprache sollen dabei einen «substanziellen» Anteil haben. Insbesondere soll S4C Originalbeiträge, Nachrichten und politische Informationen senden. S4C soll zudem den Zugang von Menschen mit Behinderung ermöglichen und Gleichstellung fördern (Schedule 12 (s. 3, 8, 9, 18, 22, 23) Communications Act 2003). Die Programme von S4C sollen auch digital übertragen werden (s. 204 Communications Act 2003). Die BBC und C4 sind verpflichtet, S4C gratis mit ihren Fernsehprogrammen zu versorgen, die BBC mit walisischen Sendungen für mindestens 10 Stunden pro Woche (s. 58 Broadcasting Act 1990), außerdem wird S4C von der BBC teilfinanziert (s. 39 BBC Agreement).

S4C muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Schedule 6 (s.13) Broadcasting Act 1990), der auf der Website verfügbar ist (S4C o.J.b). S4C muss außerdem ein «Financial Statement» und ein «Statement of Programme Policy» verfassen (Schedule 12 (s. 4) Communications Act 2003, Schedule 6 (s. 12) Broadcasting Act 1990) und ein «Advisory Committee» einsetzen (Schedule 6 (s. 14) Broadcasting Act 1990). Eine öffentliche Anhörung ist nicht vorgesehen, jedoch soll S4C regelmäßig seinen Rückhalt in der Bevölkerung messen (s. 64 Broadcasting Act 1990). S4C wird von einem unabhängigen Gremium («S4C Authority») geführt, dessen Sitze öffentlich ausgeschrieben werden (S4C o.J.c). Ein eigentlicher Publikumsrat ist nicht vorgesehen.

Dem S4C sind kommerzielle Aktivitäten erlaubt und er darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Schedule 12 (s. 16) Communications, s. 60 (4) Broadcasting Act 1990). 2017/2018 verzeichnete der S4C einen Betriebsertrag von GBP 83.8 Mio. (EUR 95.6 Mio.), GBP 81.4 Mio. (EUR 92.9 Mio.) stammten aus Gebührenmitteln (davon GBP 74 Mio. aus Gebührengeldern, GBP 6.4 Mio. aus Steuern) und GBP 2.4 Mio. (EUR 2.7 Mio.) aus kommerziellen und anderen Einnahmen (S4C 2018: 147).

S4C muss unabhängig sein, d.h. die OFCOM darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 319 (4f) Communications Act 2003). Freedom House (2017d: 25/100) und Reporter ohne Grenzen (2017: Rang

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

40) stellen Großbritannien bezüglich Medienfreiheit ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich S4C in einem ersten Schritt selbst (S4C o.J.d), dann übernimmt die unabhängige Regulierungsbehörde OFCOM bzw. die Broadcasting Standards Commission (s. 319, 325, 328, Schedule 12 (s. 12–15, 20) Communications Act 2003, s. 106–121 Broadcasting Act 1996). Der unabhängige britische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017g). Das Staatsekretariat ist involviert in die Wahl des bzw. der Vorsitzenden der «Welsh Authority» (s. 56 (2), Schedule 6 (s. 2) Broadcasting Act 1990). Die Festlegung des Anteils der öffentlichen Mittel für S4C ist durch die Bindung an den Konsumentenpreisindex entpolitisiert (s. 80 Broadcasting Act 1996). Bezüglich der Unabhängigkeit von S4C fordert ein unabhängiger Gutachter jedoch eine Strukturreform (Williams 2017: 29–31).

S4C ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. S4C ist verpflichtet, 25% seiner Sendezeit in unabhängige Produktionen zu investieren (Schedule 12 (s. 7) Communications Act 2003). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von S4C-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

S4C ist in Großbritannien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, kann aber nicht über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.gi, giii). Der Fernsehsender hat «must carry»-Status in vielgenutzten Netzwerken und ist digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 24, 47). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (S4C o.J.e), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. S4C ist nicht gesetzlich verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren, die Organisation arbeitet diesbezüglich aber mit BBC Wales und der National Library zusammen (Williams 2018:16). Die Organisation verzichtet jedoch darauf, auf der Website eine Auswahl älterer Beiträge bereitzustellen. Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind die audiovisuellen Inhalte der Website gesperrt. S4C betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/channel/UCSVIkpTts9Oox1hxAOwErlg).

Die Wochenreichweite der Fernsehprogramme von S4C lag 2017/2018 bei 690‘000 Zuschauerinnen und Zuschauern in Großbritannien und 365‘000 in Wales (S4C 2018: 45). Die Online-Plattformen von S4C verzeichneten über 45 Mio. «Viewing Sessions», über 8 Mio. auf S4C Clic und im BBC IPlayer (S4C 2018: 25). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

73% der Britinnen und Briten den Informationen und Nachrichten im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den britischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit gute, bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Craufurd Smith/Cavaliere 2018: 8, 9).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 31) ergibt für S4C eine Gesamtpunktzahl von 21 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet S4C beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome ab, wo es jeweils bei zwei von drei Merkmalen – Universalität und On Demand bzw. Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass S4C nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» ist beim Merkmal CC zu verzeichnen, außerdem hat S4C beim Merkmal Ausland nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht. S4C entspricht trotz einer tiefen Reichweite in Großbritannien bei diesem Merkmal keiner «Tragödie», sondern ebenfalls knapp einem «Grenzfall», da es etwa 11.8% der 3.1 Mio. Einwohnerinnen und Einwohner von Wales (Office of National Statistics 2018) erreicht.

Tabelle 31 Evaluation: S4C als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 21		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.8 Irland

6.8.1 Radió Teilifís Éireann (RTÉ)

Die Aufgaben von RTÉ sind im Rundfunkgesetz («Broadcasting Act») von 2009 definiert. Gemäß dem Gesetz (s. 114 Broadcasting Act 2009) müssen die Sendungen von RTÉ die Interessen der irischen Bevölkerung sowie die irische Kultur berücksichtigen, das interkulturelle Verständnis fördern, die in der irischen Verfassung verankerten demokratischen Werte stärken, die

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

kulturelle Diversität Irlands abbilden und die Bevölkerung unterhalten, informieren und bilden. Als Genres genannt werden Informations- und Nachrichtensendungen, Sportübertragungen sowie Berichterstattung über Religion, Kultur und Minderheiten. Die Organisation ist zudem verpflichtet, eine Website zu unterhalten.

RTÉ muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 102 Broadcasting Act 2009), der auf der Website verfügbar ist (RTÉ o.J.b). Außerdem muss RTÉ einen Strategiebericht verfassen und sich auf selbstdefinierte Ziele verpflichten (s. 99, 101 Broadcasting Act 2009). RTÉ verfügt über einen 15-köpfigen Publikumsrat (s. 96 Broadcasting Act 2009, RTÉ o.J.c). Dieser kann von RTÉ verlangen, dass Publikumsbefragungen durchgeführt werden und kann öffentliche Sitzungen abhalten (s. 96(10), (11), (13a) Broadcasting Act 2009).

RTÉ arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt. RTÉ darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (s. 106, 114 (j) Broadcasting Act 2009). 2017 verzeichnete RTÉ einen Betriebsertrag von EUR 337.6 Mio., EUR 186.1 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln (Gebühren), EUR 151.5 Mio. aus kommerziellen Erträgen (RTÉ 2018: 12). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

RTÉ muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 98 Broadcasting Act 2009, Art. 40 (6 1°) Constitution of Ireland). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 18/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 14) Irland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich RTÉ in einem ersten Schritt selbst (RTÉ o.J.d), dann übernimmt die staatliche Broadcasting Authoriy of Ireland (BAI o.J., s. 6, 47, 48 Broadcasting Act 2009). Der unabhängige irische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017g). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (s. 89(3) Broadcasting Act 2009). Regierung und Parlament bestimmen den Anteil der öffentlichen Mittel für RTÉ (s. 123 Broadcasting Act 2009).

RTÉ ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. RTÉ ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eige-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ne Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von RTÉ-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Radio- und Fernsehsender von RTÉ sind in Irland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, einige Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.hi, hii, hiii, hiv). Die Fernsehsender haben «must carry»-Status in vielgenutzten Netzwerken und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 25, 48). Die Sender von RTÉ können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist der Organisation nicht erlaubt, auch kostenpflichtige Services anzubieten (s. 114(1a) Broadcasting Act 2009). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (RTÉ o.J.e), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. RTÉ ist verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren (Art. 111 (1–3) Broadcasting Act 2009), und die Organisation stellt auf der Website eine Auswahl älterer Inhalte bereit (RTÉ o.J.f). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können auf Radio- und Fernsehbeiträge auf der Website zugreifen, und RTÉ betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/rte).

Der Marktanteil der Radioprogramme von RTÉ lag 2017 bei 31.7%, der Marktanteil der TV-Programme bei 25.4% (RTÉ 2018: 27, 37). Die digitalen Dienste erreichten 2017 monatlich durchschnittlich 150.4 Mio. «Page Impressions» und 6 Mio. «Unique Browsers», sowie einen wöchentlichen Marktanteil von 46% (RTÉ 2018: 10, 45). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 85% der Irinnen und Iren den Informationen und Nachrichten im Radio und 80% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 86) erreichten die RTÉ Nachrichten in Irland 2018 den zweiten Platz (7.39/10 Punkten) hinter der BBC. Der Media-Pluralism-Monitor gibt den irischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Flynn 2018: 10, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 32) ergibt für RTÉ eine Gesamtpunktzahl von 23 – es ist also ein «Media Commons». Am besten schneidet RTÉ beim Zugang zu den Inhalten ab, hier entspricht es in allen drei Merkmalen – Universalität, On Demand und Ausland – einem «Media Commons». Erfreulich ist zudem, dass RTÉ zahlreiche Instrumente der Rechenschaft und des Einbezugs nutzt. Eine Tragödie ist beim Merkmal CC zu verzeichnen, außerdem hat RTÉ beim Merkmal Non-Kommerz nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 32 Evaluation : RTÉ als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	2		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	2
Outcome	Reichweite	2	Total: 23		
	Zustimmung	2			
	Performanz	1			

6.8.2 Teilifís Gaeilge Ceathair (TG4)

Der **Auftrag** von TG4 ist im Rundfunkgesetz («Broadcasting Act») von 2009 festgelegt. Die Sendungen von TG4 müssen gemäß dem Programmauftrag die Interessen der irischen Bevölkerung sowie die irische Kultur reflektieren, das interkulturelle Verständnis fördern, die in der irischen Verfassung verankerten demokratischen Werte stärken, die kulturelle Diversität Irlands abbilden und die Bevölkerung unterhalten, informieren und bilden. Als Genres genannt werden Informations- und Nachrichtensendungen, Sportübertragungen sowie Berichterstattung über Religion, Kultur und Minderheiten. TG4 soll hauptsächlich Sendungen ausstrahlen, in denen Gälisch gesprochen wird und Regionen besondere Aufmerksamkeit schenken, in denen Gälisch sprechende Personen wohnen. Die Organisation ist verpflichtet, eine Website zu unterhalten (s. 118 Broadcasting Act 2009).

TG4 muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 102 Broadcasting Act 2009), der auf der Website verfügbar ist (TG4 o.J.b). Außerdem muss TG4 einen Strategiebericht verfassen und sich auf selbstdefinierte Ziele verpflichten (s. 99, 101 Broadcasting Act 2009). TG4 verfügt über einen 15-köpfigen Publikumsrat (Art. 96 Broadcasting Act 2009, TG4 o.J.c). Dieser kann von TG4 verlangen, dass Publikumsbefragungen durchgeführt werden und kann öffentliche Sitzungen abhalten (s. 96 (10), (11), (13a) Broadcasting Act 2009).

TG4 arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt, und es darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequel-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

len nutzen (s. 106 Broadcasting Act 2009). 2017 verzeichnete TG4 einen Betriebsertrag von EUR 36.9 Mio., EUR 32.8 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln, EUR 2.6 Mio. aus Werbung und EUR 1.5 Mio. aus anderen Einnahmen (TG4 2014: 30). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

TG4 muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 98 Broadcasting Act 2009; Art. 40 (6 1°) Constitution of Ireland). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 18/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 14) Irland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich TG4 in einem ersten Schritt selbst (TG4 2011), dann übernimmt die staatliche Broadcasting Authoriy of Ireland (BAI o.J.). Der unabhängige irische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017g). Der Staat ist indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (s. 89 (3) Broadcasting Act 2009). Regierung und Parlament bestimmen den Anteil der öffentlichen Mittel für RTÉ (s. 123 Broadcasting Act 2009).

TG4 ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. TG4 ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von TG4-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

TG4 ist in Irland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, kann jedoch nicht über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.hi, hiii). Der Sender hat «must carry»-Status in vielgenutzten Netzwerken und ist digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 25, 48). Die Sender von TG4 können ohne Zusatzkosten genutzt werden, es ist der Organisation nicht erlaubt, auch kostenpflichtige Services anzubieten (s. 118 (1) Broadcasting Act 2009). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (TG4 o.J.d), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. TG4 ist verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren (s. 111(1–3) Broadcasting Act 2009). Die Organisation verzichtet jedoch darauf, auf der Website eine Auswahl älterer Inhalte bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können auf die TV-Beiträge auf der Website zugreifen. TG4 betreibt einige eigene YouTube-Kanäle (z.B. https://www.youtube.com/channel/UCgfCO6Y3KV1qX8YVFj8N4TQ).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Der Marktanteil des TV-Programms von TG4 lag 2017 bei 1.87%, die Wochenreichweite lag bei 33%. Bei der nichtlinearen Nutzung verzeichnete TG4 2 Mio. «Unique Visitors», 19 Mio. «Page Impressions» (TG4 2018: 10, 23). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 80% der Irinnen und Iren den Informationen und Nachrichten im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den irischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Flynn 2018: 10, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 33) ergibt für das TG4 eine Gesamtpunktzahl von 23 – es ist also ein «Media Commons». Am besten schneidet TG4 beim Zugang zu den Inhalten ab, wo es bei allen drei Merkmalen – Universalität, On Demand und Ausland – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist, dass TG4 zahlreiche Instrumente der Rechenschaft und des Einbezugs nutzt und nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» zeigt sich jedoch beim Merkmal CC. TG4 entspricht trotz einem sehr tiefen Marktanteil in Irland bei diesem Merkmal keiner «Tragödie», sondern einem «Grenzfall», da die Wochenreichweite ungefähr den 1.7 Mio. Einwohnerinnen und Einwohner, die Gälisch sprechen (CSO 2017: 66), entspricht.

Tabelle 33 Evaluation: TG4 als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	2		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	2
Outcome	Reichweite	1	Total: 23		
	Zustimmung	2			
	Performanz	1			

6.9 Italien

6.9.1 Radiotelevisione Italiana (Rai)

Die Aufgaben von Rai sind im Rundfunkgesetz («Legge 112/2004»), im Rai-Reformgesetz («Legge 220/2015») und im Rechtsdekret zu den audiovisuellen und auditiven Mediendiensten («d.lgs. 177/2005») festgelegt. Sie

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sind zudem in einer auf einem Dekret («Decreto 28.4.2017») basierenden Konzessionierungsvereinbarung («Convenzione tra MiSE e Rai 27.7.2017») und in einem Managementvertrag («Contratto di servizio Rai 2018–2022») für zehn resp. fünf Jahre konkretisiert (MiSE 2019). Außerdem hat Rai Statuten («Statuto») (Rai o.J.a). Gemäß diesen Dokumenten ist es die Aufgabe von Rai, eine angemessene Anzahl von Fernsehprogrammen und Radiosendern anzubieten, die Bildung, Information, Kultur enthalten und künstlerisch und qualitativ hochwertig sind (Art. 45 (2b d.lgs. 177/2005). Informationen und Programme sollen auf Pluralismus, Objektivität, Vollständigkeit, Unparteilichkeit und Offenheit gegenüber Meinungen basieren (Art. 1 Abs. 4 Convenzione). Außerdem sollen italienische Programme im Ausland ausgestrahlt und Italiens Minderheitensprachen berücksichtigt werden (Art. 45 (2e-f) d.lgs. 177/2005). Rai soll auch Multimediadienste anbieten (Art. 1 (1a, 3c) Legge 220/2015, Art. 1 (1) Convenzione) und dabei den Stand der Technik berücksichtigen (Art. 45 (2a) d.lgs. 177/2005).

Rai muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 47 (1), Art. 49 (10g) d.lgs. 177/2005), der auf der Website verfügbar ist (Rai o.J.b). Sie muss außerdem in einer jährlichen «Sozialbilanz» unter anderem die Ergebnisse von Meinungsumfragen zu ihrem Angebot besprechen (Art. 12 (2) Convenzione). Bei der Erneuerung der Konzession ist eine öffentliche Anhörung vorgesehen (Art. 5 (5) Legge 220/2015). Rai verfügt über einen vom Parlament gewählten Verwaltungsrat, dessen Mitglieder einen Hintergrund im Bereich Wirtschaft, Wissenschaft, Recht, Kultur oder Soziales sowie Führungserfahrung haben sollen (Art. 49 (4, 4bis) d.lgs. 177/2005). Ein Publikumsrat ist nicht vorgesehen.

Rai arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihr kommerzielle Aktivitäten erlaubt (Art. 45 (3, 5) d.lgs. 177/2005). Art. 11 Convenzione) und sie darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Art. 38, 45 (2o) d.lgs. 177/2005). 2017 verzeichnete Rai einen Betriebsertrag von 2‘443.9 Mio. EUR, 1‘776.6 Mio. EUR stammten aus öffentlichen Mitteln (Gebühren), EUR 567 Mio. aus Werbung und EUR 100.3 Mio. aus anderen Erträgen (Rai 2018: 149). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

Rai muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 3. 177/2005, Art. 21 Costituitone della Repubblica Italiana). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 31/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 52) Italien ein mittelmäßiges Zeugnis aus und kritisieren den politischen Einfluss beim öffentlichen Rundfunk. Um Programmbeschwerden kümmert

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sich in einem ersten Schritt Rai selbst (Rai o.J.c), dann übernimmt die staatliche Regulierungsbehörde AGCOM («Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni») (Art. 10, 51 d.lgs. 177/2005). Zudem kann man beim «Ordine Nazionale dei Giornalisti» eine Beschwerde gegen das Fehlverhalten einer Journalistin oder eines Journalisten einreichen (Accountable Journalism 2017i, ODG o.J.). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 49 (5, 6, 10) d.lgs. 177/2005), und die Regierung legt jährlich den Anteil der öffentlichen Mittel für Rai fest (Art. 47 (3) d.lgs. 177/2005).

Rai ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. Sie ist jedoch zur Realisierung digitaler interaktiver Dienste im öffentlichen Interesse verpflichtet (Art. 45 (2n) d.lgs. 177/2005). Rai ist verpflichtet, 15% ihres Budgets im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 45 (2l) d.lgs. 177/2005). Es gibt auf der Website verschiedene Blogs (Rai o.J.d), jedoch ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Inhalte hoch lädt oder Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von Rai-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist vereinzelt vorgesehen (Rai o.J.e).

Die meisten Radio- und Fernsehsender von Rai sind in Italien unverschlüsselt via Satellit empfangbar, die meisten Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.ji, jii, jiii, jiv). Kabelfernsehen gibt es in Italien nicht, und «must-carry»-Regeln gibt es nur für lokale Sender, jedoch sind 15 Fernsehsender von Rai digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 10, 25, 48). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (Rai o.J.f, Rai o.J.g), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. Rai ist verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren und dem Publikum zugänglich zu machen (Art. 45 (2i) d.lgs. 177/2005, Art. 3 (1l) Convenzione), und die Organisation stellt auf der Website eine Auswahl älterer Inhalte bereit (Rai o.J.h). Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind die Fernsehprogramme der Website gesperrt, die Radioprogramme sind jedoch zugänglich. Rai betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/channel/UCKUzdt2sELyxd6mz-bAx3bA).

Der Marktanteil der Radioprogramme von Rai lag 2017 im Schnitt bei 11.3%, die durchschnittliche Tagesreichweite der TV-Programme bei 36.5% (Rai 2018: 37, 39). Die digitalen Angebote der Rai erreichen täglich im Schnitt 24.2% «Unique Users», es wurden 26.1 Mio. Videos geschaut (Rai 2018: 40). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 57% der Italienerinnen und Italiener den Informationen und Nachrichten im Radio, und 56% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Institutes (Newman et al. 2018: 88) erreichten die Rai-Nachrichten in Italien 2018 den fünften Platz (6.59/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den italienischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Brogi 2018: 10, 12).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 34) ergibt für Rai eine Gesamtpunktzahl von 19 – sie ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet Rai beim Zugang zu den Inhalten ab, hier entspricht sie in zwei von drei Merkmalen – Universalität und On Demand – einem «Media Commons». Erfreulich ist zudem, dass Rai zahlreiche Instrumente der Rechenschaft nutzt. Bezüglich der meisten Merkmale ist Rai jedoch ein «Grenzfall», auch beim Merkmal Medienfreiheit. Eine «Tragödie» ist bei keinem Merkmal zu verzeichnen, jedoch hat Rai beim Merkmal CC nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht.

Tabelle 34 Evaluation: Rai als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	1		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 19		
	Zustimmung	1			
	Performanz	1			

6.10 Kanada

6.10.1 Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

Die Aufgaben von APTN sind im Rundfunkgesetz («Broadcasting Act») definiert und in einer Lizenz («Licence») für jeweils fünf Jahre konkretisiert. Es ist die Aufgabe von APTN, Programme anzubieten, die das Leben, die Kulturen und die diversen Perspektiven der indigenen Bevölkerung Kanadas reflektieren. Das Programm wird von Aborigines für die eigene Community sowie für alle Kanadierinnen und Kanadier gemacht und bietet der Bevölkerungsgruppe die Möglichkeit einer positiven Darstellung (s. 5 Broadcasting Decision CRTC 2019-340). APTN soll, wie alle alternativen kanadischen Rundfunksender, innovative und komplementäre Sendungen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

(wenn möglich Eigenproduktionen) für kleine Publika bereitstellen, die von der CBC nicht hinreichend abgedeckt werden. Dies vor allem in den Bereichen Kultur, Kunst, regionale und multikulturelle Berichterstattung (s. 3 (1r) Broadcasting Act 1991). APTN soll dazu beitragen, Kanadas kulturelle, politische, soziale und wirtschaftliche Entwicklung zu fördern, und die Einstellungen, Meinungen, Ideen, Werte und künstlerische Kreativität der Kanadierinnen und Kanadier reflektieren (s. 1d Broadcasting Act 1991).

APTN muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 8, 10 Appendix to Broadcasting Decision CRTC 2018-340), der auf der Website verfügbar ist (APTN o.J.b). Eine öffentliche Anhörung findet statt bei der Vergabe und Erneuerungen von Lizenzen (s. 18 (1–2) Broadcasting Act 1991). APTN wurde von zehn Organisationen gegründet, die sich für die Ureinwohner und Ureinwohnerinnen Kanadas engagieren; sie sind in der Organisation vertreten (s. 1.1 By-Law No. 15). Ein Publikumsrat ist nicht vorgesehen, jedoch führt APTN «Community Events» durch (APTN o.J.c).

APTN arbeitet nicht gewinnorientiert (APTN o.J.d), jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt, und es darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (s. 10 Broadcasting Decision 2018-340, CRTC 2019). 2016/2017[15] verzeichnete APTN einen Betriebsertrag von CAD 44.3 Mio. (EUR 30.2 Mio.), CAD 39.8 Mio. (EUR 27.2 Mio.) aus «Subscriber Fees», CAD 2.6 Mio. (EUR 1.8 Mio.) aus Werbung und Sponsoring und 1.5 Mio. aus anderen Einnahmen (APTN 2017: o.S.). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

APTN muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Part 1, Section 2 Constitution Act 1982). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 18/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 22) Kanada ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich die unabhängige, aber durch den Governor gewählte Regulierungsbehörde CRTC (s. 3 (2) s. 18 (3), s. 21 (a), Broadcasting Act 1991, s. 3 (1) CRTC Act). Der unabhängige kanadische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017i). CRTC legt «Subscription Fee» fest (s. 17–20 Broadcasting Decision 2018-340). Die Direktoren bzw. Direktorinnen von APTN werden durch die Gründungsmitglieder ernannt (Art. 4.1 By-Law No. 15).

APTN ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv und bietet auf der eigenen Website ein Diskussionsforum an (APTN o.J.e). APTN ist ver-

15 Financial Statement des Jahres 2017/2018 ist nicht verfügbar.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

pflichtet, einen «signifikanten Anteil» an Beiträgen aus dem unabhängigen Produktionssektor Kanadas zu integrieren (s. 3 (1) (i) (v) Broadcasting Act 1991), konkret sollen 80% des Programms außerhalb von Nachrichten und Sport durch unabhängige kanadische Produktionsfirmen stammen (s. 5 Appendix to Broadcasting Decision CRTC 2018-340). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von APTN-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

APTN ist in Kanada weder unverschlüsselt via Satellit empfangbar, noch kann es über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.ki, kiii). Für den Empfang von APTN im Kabel ist es nötig, diesen als «Subscription Service» zu abonnieren (s. 9, 56 Broadcasting Decision CRTC 2018-340). Kabel- und Satellitennetzbetreiber müssen APTN jedoch in ihrem «Basic Package» anbieten, das höchstens 25 CAD pro Monat kosten darf (CBC News 2015: o.S.). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (APTN o.J.f), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. APTN ist nicht verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren, und die Organisation verzichtet darauf, auf ihrer Website eine Auswahl älterer Beiträge bereitzustellen. Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind diese Inhalte gesperrt. APTN betreibt jedoch einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/APTNtv).

Die Fernsehprogramme von APTN erreichten 2017/2018 1.9 Mio. Kanadierinnen und Kanadier. Die Website hatte monatlich im Durchschnitt 250‘000 «Users» und 500‘000 «Page Views». 72% der erwachsenen Indigenen Bevölkerung gibt an, APTN regelmäßig zu rezipieren (APTN 2018: 30). Gemäß des Pew Research Centers (2018: 5) vertrauen durchschnittlich 78% der Kanadierinnen und Kanadier der Berichterstattung traditioneller Medien. Gemäß Bertelsmann (2018: 46) stellt die starke Medienkonzentration in Kanada eine Hürde für die Bereitstellung eines breiten Informations- und Meinungsspektrums dar. APTN dürfte insbesondere bei der sozialen Inklusion eine wichtige Rolle spielen.

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 35) ergibt für APTN eine Gesamtpunktzahl von 21 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet APTN bei der Organisationsstruktur ab, wo es bei fünf von sechs Merkmalen – Einbezug, Non-Profit, Non-Kommerz, Medienfreiheit und Regulierung – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass APTN ein Diskussionsforum anbietet und dass der Staat kaum in die Organisation involviert ist. Eine «Tragödie» ist bei den Merkmalen CC und Uni-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

versalität zu verzeichnen, außerdem hat APTN beim Merkmal Ausland nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht. APTN entspricht trotz einer sehr tiefen Reichweite in Kanada bei diesem Merkmal keiner «Tragödie», sondern einem «Grenzfall», da es die meisten der 1.7 Mio. «Native Canadians» (Statistics Canada 2017) erreicht.

Tabelle 35 Evaluation: APTN als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	2
	Einbezug	2		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	0
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	2		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 21		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.10.2 Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

Die Aufgaben von CBC sind im Rundfunkgesetz («Broadcasting Act») von 1991 definiert und werden in einer Lizenz («Licence») für jeweils fünf Jahre konkretisiert[16]. CBC ist dazu verpflichtet, eine Vielfalt an qualitativ hochwertigen Rundfunksendungen bereitzustellen, welche die Bevölkerung Kanadas informieren und unterhalten, sowie den kulturellen Austausch fördern sollen. Die Sendungen müssen vorwiegend kanadisch sein, das Land in seiner Gesamtheit und seiner multikulturellen und -ethnischen Beschaffenheit reflektieren, sowie die Bedürfnisse der Provinzen berücksichtigen. Die Sendungen müssen jeweils in Englisch und Französisch angeboten werden und die jeweilige sprachliche Minderheit besonders berücksichtigen (s. 3 (1) (l), (m) Broadcasting Act 1991). CBC soll dafür sorgen, dass ihre Programme landesweit empfangbar sind und soll dazu auch neue Technologien nutzen (s. 3 (1) (t) (ii) Broadcasting Act 1991).

CBC muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 71 (1–2) Broadcasting Act 1991), der auf der Website verfügbar ist (CBC o.J.b). Darüber hi-

16 Die Lizenz von 2013 wurde bis 2020 verlängert (vgl. Pinto 2018).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

naus muss CBC einen Corporate Plan mit ihren Plänen für die nächsten fünf Jahre einreichen (s. 54 (1–3) Broadcasting Act 1991). Eine öffentliche Anhörung findet statt bei der Vergabe und Erneuerungen von Lizenzen (s. 18 (1–2) Broadcasting Act 1991), eine regelmäßige Befragung des Publikums ist nicht vorgesehen. CBC verfügt über ein ständiges Komitee für die Englische und die Französische Sprache (s. 45 (1) Broadcasting Act 1991, Sencanada o.J.), jedoch über keinen Publikumsrat.

CBC arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihr kommerzielle Aktivitäten erlaubt (s. 46(1) Broadcasting Act 1991). CBC darf auf allen Kanälen Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen, hat sich diesbezüglich jedoch selbst Regeln zur Beschränkung gesetzt (CRTC 2019, CBC 2016). 2017/2018 verzeichnete CBC einen Betriebsertrag von CAD 1'780.8 Mio. (EUR 1'215.5 Mio.), CAD 1'207.7 Mio. (EUR 824.5 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (Steuern), CAD 318.3 Mio. (EUR 217.3 Mio.) aus Werbung und CAD 254.8 Mio. (EUR 174 Mio.) aus übrigen Erträgen (CBC 2018a: 4, 34). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

CBC muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 35 (2), 46 (5) Broadcasting Act 1991; Part 1, Section 2 Constitution Act 1982). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 18/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 22) Kanada ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich in einem ersten Schritt CBC selbst (CBC o.J.c), danach übernimmt die Ombudsperson (CBC o.J.d) und schließlich die unabhängige, aber durch den Governor gewählte Regulierungsbehörde CRTC (s. 3 (2) s. 18 (3), s. 21 (a), Broadcasting Act 1991, s. 3 (1) CRTC Act). Der unabhängige kanadische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017i). Der Staat ist indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektoriums (s. 36 (2) Broadcasting Act 1991). CBC erhält staatliche Subventionen, die durch das Treasury Board genehmigt werden (s. 54 (3.1), (4) Broadcasting Act 1991).

CBC ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv und bietet auf der eigenen Website zahlreiche Diskussionsforen an. CBC ist verpflichtet, einen «signifikanten Anteil» an Beiträgen aus dem unabhängigen Produktionssektor Kanadas zu integrieren (s. 3 (1) (i) (v) Broadcasting Act 1991), konkret sollen es 75% sein (s. 39 Broadcasting Decision CRTC 2013-263 and Broadcasting Orders CRTC 2013-264 and 2013-265). Es gibt die Möglichkeit, eigene Musik in die CBC Music Library zu laden (CBC o.J.e), es ist aber nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Eine Verwendung von CBC-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Wenige Radio- und Fernsehsender von CBC sind in Kanada unverschlüsselt via Satellit empfangbar, alle Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.ki, kii, kiii, kiv). Für den Empfang der TV-Sender von CBC ist es nötig, diese als «Subscription Service» zu abonnieren (s. 3 (t) Broadcasting Act 1991, CBC 2019). Kabel- und Satellitennetzbetreiber müssen CBC jedoch in ihrem «Basic Package» anbieten, das höchstens 25 CAD pro Monat kosten darf (CBC News 2015: o.S.). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (CBC o.J.f), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht vorgesehen. CBC ist nicht gesetzlich verpflichtet, Inhalte zu archivieren, stellt aber auf der Website eine Auswahl älterer Inhalte bereit (CBC o.J.g). Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind die Fernsehprogramme der Website abgesehen von einigen Nachrichtenbeiträgen gesperrt, die Radioprogramme sind jedoch zugänglich. CBC betreibt einige eigene YouTube-Kanäle (u.a. www.youtube.com/user/cbcnews).

Der Marktanteil von CBC Radio One und CBC Music lag 2017/2018 bei 11.1%, der Marktanteil von CBC Television in der Prime Time bei 7.6%. Das digitale Angebot von CBC verzeichnete durchschnittlich 16.1 Mio. «Unique Visitors» pro Monat (CBC 2018a: 24). Der Marktanteil von Ici Radio-Canada Première und Ici Musique lag 2017/2018 bei 24.4%, der Marktanteil von Ici Radio-Canada Télé während der Morgenshow bei 22.7%. Das digitale Angebot von Radio-Canada verzeichnete durchschnittlich 4.1 Mio. «Unique Visitors» im Monat (CBC 2018a: 28). Gemäß des Pew Research Centers (2018: 5) vertrauen durchschnittlich 78% der Kanadierinnen und Kanadier der Berichterstattung der traditionellen Medien. In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 118) erreichten die Nachrichten von CBC in Kanada 2018 den zweiten (7.17/10 Punkten), die Nachrichten von Radio Canada den ersten Platz (7.87/10 Punkten). Gemäß Bertelsmann (2018: 46) stellt die starke Medienkonzentration in Kanada eine Hürde für die Bereitstellung eines breiten Informations- und Meinungsspektrums dar. CBC erhält vom Publikum für ihr Programm jedoch mittlere bis gute Noten (CBC 2018b: o.J.).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 36) ergibt für CBC eine Gesamtpunktzahl von 21 – sie ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet CBC bei der Kollaboration und beim Outcome ab, wo sie jeweils bei zwei von drei Merkmalen – Interaktion und Kollaboration bzw. Zustimmung und Performanz– einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zu-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

dem, dass CBC nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» ist jedoch beim Merkmal CC zu verzeichnen.

Tabelle 36 Evaluation: CBC als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	2
	Einbezug	1		Co-Kreation	2
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	1
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 21		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.11 Neuseeland

6.11.1 Māori Television Service (MTS)

Die Aufgaben von MTS sind im MTS-Gesetz («Māori Television Service Act») und im Gesetz über Institutionen unter der Krone («Crown Entities Act») von 2004 definiert. MTS soll die Werte und Kultur der Māori durch die Bereitstellung von Inhalten in den Sprachen Englisch und Māori bewahren und bewerben. Die Inhalte sollen qualitativ hochwertig sein und die Bevölkerung Neuseelands unterhalten, informieren und bilden. Während der Primetime sollen in der Regel Sendungen in Māori gezeigt werden, in der restlichen Zeit mehrheitlich. Die Programme sollen insbesondere die Interessen junger Menschen berücksichtigen sowie jener, welche die Sprache der Māori lernen oder sie bereits beherrschen. MTS ist gesetzlich dazu verpflichtet, Fernsehsender anzubieten, die Bereitstellung eines Online-Angebots ist zwar erlaubt, ist aber nicht verpflichtend (s. 8 MTS Act 2003).

MTS muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 26 MTS Act 2003, s. 150 Crown Entities Act 2004), der auf der Website verfügbar ist (MTS o.J.b). Darüber hinaus muss MTS jährlich ein «Statement of Intent», ein «Output Agreement» und ein «Statement of Service Performance» verfassen (s. 26 MTS Act 2003, s. 138 Crown Entities Act). Eine öffentliche Anhörung oder eine regelmäßige Befragung des Publikums ist nicht vorge-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sehen. MTS verfügt über keinen Publikumsrat, und es gibt keine Vorgaben zur Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Gremien. MTS ist jedoch involviert in Festivals zum traditionellen Tanz «Haka» (MTS o.J.c).

MTS arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (s. 45–47 MTS Act 2003). Werbung ist erlaubt, jedoch hat sich MTS selbst auf vier Minuten pro Stunde beschränkt (MTS o.J.d). 2017/2018 verzeichnete MTS einen Betriebsertrag von NZD 37.3 Mio. (EUR 23.5 Mio.), NZD 36.1 Mio. (EUR 22.8 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (NZD 19.3 Mio. vom Staat, NZD 16.1 Mio. vom Māngai Pāho Production Funding, NZD 762‘000 aus anderer öffentlicher Finanzierung), NZD 998‘000 (EUR 627‘791.4) aus kommerziellen, und NZD 168‘000 (EUR 105‘680.3) aus anderen Erträgen (MTS 2018: 24). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

MTS muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 10 MTS Act 2003). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 19/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 13) Neuseeland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich in einem ersten Schritt MTS selbst (MTS o.J.e), dann übernimmt die staatliche Broadcasting Standards Authority (BSA), bzw. Online Media Standards Authority (OMSA) (BSA o.J., MCH 2015, Broadcasting Act 1989). Der unabhängige neuseeländische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017k). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (s. 16, 19 MTS Act 2003), und das Parlament und das zuständige Ministerium legen den Anteil der öffentlichen Finanzierung für MTS fest (s. 37–39 MTS Act 2003).

MTS ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet jedoch auf der eigenen Website keine Diskussionsforen an. MTS ist nicht verpflichtet, einen bestimmten Anteil seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren, fordert jedoch unabhängige Produzierende explizit zum Einreichen von Programmkonzepten auf (MTS o.J.f). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist auch nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von MTS-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist ebenfalls nicht vorgesehen.

MTS ist in Neuseeland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, kann jedoch nicht über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.li, liii). MTS soll frei über digitales terrestrisches Netz und von möglichst vielen Personen empfangbar sein (s. 3(ca), 8(2d) MTS Act 2003). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (MTS o.J.g), eine zeit-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

liche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. MTS ist nicht gesetzlich verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren, und die Organisation verzichtet darauf, auf der Website eine Auswahl älterer Beiträge bereitzustellen. TVNZ ist jedoch verpflichtet, MTS Zugang zu seinen Archivbeiträgen zu geben (s. 29C TVNZ Act 2003). Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland sind die Fernsehbeiträge auf der Website gesperrt. MTS betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/maoritelevision).

MTS erreicht monatlich ein Publikum von 1.8 Mio. bzw. 45% der Neuseeländerinnen und Neuseeländer, 250‘000 pro Tag (MTS o.J.h). Die Onlineangebote des MTS verzeichneten 2017 einen Konsum von 44 Mio. Minuten (MTS 2018: 10). Gemäß des Edelman Trust Barometers (2018: 12, 14) vertrauen nur durchschnittlich 57% der Neuseeländerinnen und Neuseeländer dem Journalismus generell, und die Medien erfüllten ihre Erwartungen nicht. Gemäß Bertelsmann (2018: 58) stellen die starke Medienkonzentration und die starke kommerzielle Ausrichtung des Medienangebots in Neuseeland eine große Hürde für die Bereitstellung eines vielfältigen Informations- und Meinungsspektrums dar. MTS dürfte jedoch insbesondere bei der sozialen Inklusion eine wichtige Rolle spielen.

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 37) ergibt für MTS eine Gesamtpunktzahl von 20 – er ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet MTS bei der Organisationsstruktur ab, wo er bei vier von sechs Merkmalen – Rechenschaft, Non-Profit, Non-Kommerz und Unabhängigkeit – einem «Media Commons» entspricht. Bezüglich vieler Merkmale ist MTS jedoch ein «Grenzfall». Eine «Tragödie» ist beim Merkmal CC zu verzeichnen, außerdem hat MTS beim Merkmal Ausland nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht. MTS entspricht aber trotz einer tiefen Reichweite in Neuseeland bei diesem Merkmal keiner «Tragödie», sondern einem «Grenzfall», da er täglich etwa einen Drittel der ca. 745'000 Ureinwohnerinnen und Ureinwohner Neuseelands (Stats NZ 2018), erreicht.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 37 Evaluation: MTS als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	1	Total: 20		
	Zustimmung	1			
	Performanz	2			

6.11.2 Radio New Zealand (RNZ)

Die Aufgaben von RNZ sind im RNZ-Gesetz («RNZ Act) und im Gesetz über Institutionen unter der Krone («Crown Entities Act») definiert. RNZ ist verpflichtet, umfangreiche und innovative Radiosendungen in hoher Qualität bereitzustellen, die zur wissenschaftlichen, intellektuellen, spirituellen und kulturellen Weiterentwicklung beitragen und das kritische Denken anregen sollen. Konkret soll RNZ Unterhaltungsprogramme, Informations- und Nachrichtensendungen anbieten, welche die Kultur Neuseelands im Allgemeinen und die Kultur und Sprache der Māori im Besonderen reflektieren. Das Programm soll diverse gesellschaftliche Gruppen allen Alters berücksichtigen und die Bildung einer nationalen Identität fördern. Die Nachrichtensendungen müssen regionale, nationale und internationale Themen aufgreifen. Schließlich wird RNZ dazu verpflichtet, einen internationalen Radiosender anzubieten, welcher vornehmlich Inhalte für die Bevölkerung des Südpazifiks überträgt (s. 8 (3, 5) RNZ Act 1995). RNZ soll dafür alle Distributionskanäle nutzen (s. 8B (5n) RNZ Act 1995).

RNZ muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 8D RNZ Act 1995, s. 150 Crown Entities Act 2004), der auf der Website verfügbar ist (RNZ o.J.b). Darüber hinaus muss RNZ jährlich ein «Statement of Intent» verfassen (s. 138 Crown Entities Act) und regelmäßig das Publikum befragen (s. 8D (2a), (3) RNZ Act 1995). Eine öffentliche Anhörung ist jedoch nicht vorgesehen. RF verfügt über keinen Publikumsrat, und es gibt keine Vorgaben zur Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Gremien.

RNZ arbeitet nicht gewinnorientiert und soll auch keinen kommerziellen Aktivitäten nachgehen (s. 8A (2), 8B (1) RNZ Act 1995). Sender und

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Dienste von RNZ müssen frei von Werbung und Sponsoring sein (s. 8B RNZ Act 1995). Die Regierung kann jedoch eine Dividende festlegen, die RNZ ihr bezahlen muss (s. 11 (3) RNZ Act 1995). 2017/2018 verzeichnete RNZ einen Betriebsertrag von NZD 41.3 Mio. (EUR 26 Mio.), NZD 38.95 Mio. (EUR 24.5 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (Subventionen und Fonds), NZD 2.35 Mio. (EUR 1.5 Mio.) aus anderen Erträgen (RNZ 2018b: 22, 27). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

RNZ muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (s. 8 2), 13 RNZ Act 1995). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 19/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 13) Neuseeland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich in einem ersten Schritt RNZ selbst (RNZ o.J.c), dann übernimmt die staatliche Broadcasting Standards Authority (BSA), bzw. Online Media Standards Authority (OMSA) (BSA o.J., MCH 2015, Broadcasting Act 1989). Der unabhängige neuseeländische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017k). Der Staat ist jedoch indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (s. 14 RNZ-Act 1995); die unabhängige staatliche Förderagentur «NZ on Air» bestimmt über den Anteil der öffentlichen Finanzierung für RNZ (NZonair o.J.).

RNZ ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. RNZ ist nicht gesetzlich verpflichtet, einen bestimmten Anteil seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren, soll jedoch die Vielfalt in der neuseeländischen Musikindustrie stimulieren, unterstützen und reflektieren (s. 8 (5f) RNZ Act 1995). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von RNZ-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist teilweise vorgesehen (RNZ o.J.d).

Die meisten Radiosender von RNZ sind in Neuseeland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, sie können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.lii, liv). Die Sender von RNZ sollen generell frei empfangbar sein (s. 8 (4) RNZ Act 1995). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (RNZ. o.J.e), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. RNZ ist verpflichtet, Beiträge zu archivieren, die von historischem Wert für Neuseeland sein könnten (s. 8 (5o) RNZ Act 1995), die Organisation bietet auf ihrer Website Beiträge zu verschiedenen Themenschwerpunkten

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

an (RNZ o.J.f). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können auf der Website auf die Radiobeiträge zugreifen. RNZ betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/radionz).

Der Marktanteil der Radioprogramme von RNZ lag 2017/2018 im Schnitt bei 11.5%. Die Website verzeichnete im ersten Halbjahr 2017 526‘007 «Weekly Users» und 867‘329 «Weekly Sessions», im ersten Halbjahr 2018 waren es 604‘253 respektive 1.05 Mio. (RNZ 2018b: 5). Gemäß des Edelman Trust Barometers (2018: 12, 14) vertrauen nur durchschnittlich 57% der Neuseeländerinnen und Neuseeländer dem Journalismus generell, und die Medien erfüllten ihre Erwartungen nicht. Gemäß Bertelsmann (2018: 58) stellen die starke Medienkonzentration und die starke kommerzielle Ausrichtung des Medienangebots in Neuseeland eine große Hürde für die Bereitstellung eines vielfältigen Informations- und Meinungsspektrums dar. RNZ dürfte diesbezüglich eine wichtige Rolle spielen; es erhält vom Publikum für sein Programm mittlere Noten (CBC 2018b: 47).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 38) ergibt für RNZ eine Gesamtpunktzahl von 21 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet RNZ beim Zugang zu den Inhalten ab, wo es bei allen drei Merkmalen – Universalität, On Demand und Ausland – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass RNZ nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist und dass es die Möglichkeit von Creative-Commons-Lizenzen nutzt. Bezüglich vieler Merkmale entspricht RNZ einem «Grenzfall»; eine «Tragödie» gibt es jedoch bei keinem Merkmal zu verzeichnen.

Tabelle 38 Evaluation: RNZ als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	2
Outcome	Reichweite	1	Total: 21		
	Zustimmung	1			
	Performanz	1			

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

6.11.3 Television New Zealand (TVNZ)

Die Aufgaben von TVNZ sind im TVNZ-Gesetz («TVNZ Act») und im Gesetz über Institutionen unter der Krone («Crown Entities Act») definiert. TVNZ soll ein erfolgreiches nationales Fernseh- und Digitalunternehmen sein, das qualitativ hochwertige Inhalte bereitstellt. Die Inhalte sollen für das neuseeländische Publikum relevant sein und von diesem geschätzt werden. Das Angebot soll sowohl neuseeländische als auch internationale Inhalte umfassen und außerdem die Ansichten der Māori widerspiegeln. Die Inhalte und Dienste sind auf verschiedenen Plattformen verfügbar zu machen (s. 12 TVNZ Act 2003).

TVNZ muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 150 Crown Entities Act 2004), der auf der Website verfügbar ist (TVNZ o.J.c). Darüber hinaus muss TVNZ jährlich ein «Statement of Intent» und ein «Statement of Performance Expectations» verfassen (s. 138 Crown Entities Act 2004), sowie halbjährlich ein Finanzstatement (s. 24 TVNZ Act 2003). Eine öffentliche Anhörung oder eine regelmäßige Befragung des Publikums sind nicht vorgesehen. TVNZ verfügt über keinen Publikumsrat und es gibt keine Vorgaben zur Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Gremien.

TVNZ arbeitet gewinnorientiert und ihm sind kommerzielle Aktivitäten erlaubt (s. 5, 12 (1) TVNZ Act 2003). Werbung und Sponsoring sind erlaubt. Die Regierung kann zudem eine Dividende festlegen, die TVNZ ihr bezahlen muss (s. 27 TVNZ Act 2003). 2017 verzeichnete TVNZ einen Betriebsertrag von NZD 316,5 Mio. (EUR 199.1 Mio.), NZD 4.8 Mio. (EUR 3 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln, NZD 229.2 Mio. (EUR 144.2 Mio.) aus kommerziellen Erträgen (TVNZ 2018: 36). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im hohen Bereich.

TVNZ muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 28 TVNZ Act 2003). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 19/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 13) Neuseeland ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich in einem ersten Schritt TVNZ selbst (TVNZ o.J.d), dann übernimmt die staatliche Broadcasting Standards Authority (BSA), bzw. Online Media Standards Authority (OMSA) (BSA o.J., MCH 2015, Broadcasting Act 1989). Der unabhängige neuseeländische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017k). Die Regierung ist nicht involviert in die Wahl des Generaldirektors oder der Generaldirektorin; die unabhängige staatliche Förderagentur «NZ

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

on Air» bestimmt über den (relativ tiefen) Anteil der öffentlichen Finanzierung für TVNZ (NZonair o.J.).

TVNZ ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. TVNZ ist nicht gesetzlich verpflichtet, einen bestimmten Anteil seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren, fordert jedoch unabhängige Produzierende explizit zum Einreichen von Programmkonzepten auf (TVNZ o.J.e). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von TVNZ-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Fernsehsender von TVNZ sind in Neuseeland unverschlüsselt via Satellit empfangbar, können aber nicht über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.li, liii). TVNZ soll Sender bereitstellen, die von einem Publikum in ganz Neuseeland frei empfangbar sind (s. 12 (3) TVNZ Act 2003). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (TVNZ o.J.f), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. TVNZ ist verpflichtet, die eigenen Beiträge in einem TVNZ Archive zu archivieren und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen (Art. 29A-S TVNZ Act 2003). Die Organisation verzichtet jedoch darauf, auf der Website eine Auswahl älterer Beiträge bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können nicht auf die Fernsehbeiträge auf der Website zugreifen. TVNZ betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/TVNewZealand).

Die monatliche Reichweite der TV-Programme von TVNZ lag 2017 bei 85%, täglich wurden 2 Mio. «Viewers» erreicht. Im digitalen Angebot wurden 135 Mio. «Streams» verzeichnet (TVNZ 2018: 5). Gemäß des Edelman Trust Barometers (2018: 12, 14) vertrauen nur durchschnittlich 57% der Neuseeländerinnen und Neuseeländer dem Journalismus generell, und die Medien erfüllten ihre Erwartungen nicht. Gemäß Bertelsmann (2018: 58) stellen die starke Medienkonzentration und die starke kommerzielle Ausrichtung des Medienangebots in Neuseeland eine große Hürde für die Bereitstellung eines vielfältigen Informations- und Meinungsspektrums dar.

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 39) ergibt für TVNZ eine Gesamtpunktzahl von 17 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet TVNZ beim Zugang zu den Inhalten ab, hier entspricht es in zwei von drei Merkmalen – Universalität und On Demand – einem «Media Commons». Erfreulich ist zudem, dass TVNZ zahlreiche Instrumente der Rechenschaft nutzt und dass der Staat kaum in die Organisation involviert ist. Eine «Tragödie» zeigt sich bei drei Merkmalen: Einbezug, Non-Kommerz

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

und CC. Außerdem hat TVNZ bei den Merkmalen Co-Kreation und Ausland nur knapp den Status «Grenzfall» erreicht.

Tabelle 39 Evaluation: TVNZ als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	0		Co-Kreation	1
	Non-Profit	0		CC	0
	Non-Kommerz	0	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	2		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 17		
	Zustimmung	1			
	Performanz	1			

6.12 Niederlande

6.12.1 Nederlandse Publieke Omreop (NPO)

Die Aufgaben von NPO sind im Mediengesetz («Mediawet») von 2008 definiert und in einer Lizenz («Concessie ») für zehn Jahre konkretisiert. Der niederländische öffentliche Rundfunk soll durch informative, kulturelle und bildende Medienangebote die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Niederländerinnen und Niederländer im In- und Ausland befriedigen. Die Berichterstattung soll ausgewogen, qualitativ hochwertig, unabhängig von kommerziellen und staatlichen Einflüssen, frei zugänglich, sowie journalistisch professionell gemacht sein und soll die gesellschaftliche Vielfalt und alle Zuschauergruppen abdecken (Art. 2.1 (1, 2) Mediawet 2008). NPO soll für alle empfangbar sein und technologische Entwicklungen berücksichtigen und alle Distributionskanäle bewirtschaften (Art. 2.1 (1c, 2f) Mediawet 2008).

NPO muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 2.17 Mediawet 2008), der auf der Website verfügbar ist (NPO o.J.c). Darüber hinaus ist NPO verpflichtet, eine Konzessionspolitik, eine Leistungsvereinbarung und ein Mehrjahresbudget zu verfassen und diese ebenfalls zu veröffentlichen (Art. 2.10, 2.22, 2.147 Mediawet 2008, NPO o.J.d). Des Weiteren muss sich NPO alle fünf Jahre von einer unabhängigen Kommission evaluieren lassen, deren Evaluationsbericht im Parlament diskutiert und zur öffentli-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

chen Konsultation publiziert wird (Art. 2184–2188 Mediawet). Die Regierung akkreditiert Rundfunkvereine, die neben professionellen Programmorganisationen eigene Sendungen für den nationalen öffentlichen Rundfunk liefern. Die Organisationen brauchen je nach Kategorie 50‘000 bzw. 150‘000 Mitglieder, die in den Niederlanden wohnhaft und über 16 Jahre alt sind (Art. 2.23–2.27 Mediawet 2008). Vertreterinnen und Vertreter der Rundfunkvereine bilden neben dem Aufsichtsrat ein eigenes Gremium («College van Omroepen») im NPO (Art. 2.12 Mediawet 2008).

NPO arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt, und er darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (Art. 2.91 (1) Mediawet 2008). 2017 verzeichnete NPO einen Betriebsertrag von EUR 855.5 Mio., EUR 809.7 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln, EUR 454‘000 aus Nebenaktivitäten, EUR 45.3 Mio. aus übrigen Erträgen (NPO 2018: 63). In den Steuern enthalten sind die eigenen Werbeeinahmen von NPO, die ca. EUR 150 Mio. ausmachen und via «Stichting Etherreclame» (Ster) zurück an NPO fliessen (o.A. 2018). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

NPO muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 2.1 (2d) Mediawet 2008, Art. 7 Nederlandse Grondwet). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 11/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 5) den Niederlanden ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich der NPO-Ombudsmann (NPO o.J.e), jedoch nimmt auch der für alle Medien zuständige, unabhängige Journalismusrat («Raad voor de Journalistiek») Beschwerden entgegen (RVDJ o.J., Accountable Journalism 2017l). Der Staat ist indirekt in die Wahl der Geschäftsleitung des NPO-Nachrichtensenders NOS involviert (Art. 2.34a, 2.5 (1), 2.34f, 2.37b Mediawet 2008). Die Festlegung des Anteils der öffentlichen Mittel für NPO ist durch die Bindung an den Konsumentenpreisindex entpolitisiert (Art. 2.144 Mediawet 2008).

NPO ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. NPO ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets im Fernsehbereich in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Zudem gibt es eine Programmquote von 50% für Niederländische und Friesische Werke (Art. 2.122(1) Mediawet 2008). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, jedoch kann das Publikum über verschiedene Rundfunkvereine eigene Inhalte zum Programm beisteuern, deren Zahl jedoch in den letzten Jahren

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

reduziert wurde (Abschnitt («Afdeling») 2.2.2, 2.2.4 und 2.2.5 Mediawet 2008). Eine Verwendung von NPO-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Radio- und ein Fernsehsender von NPO sind in den Niederlanden unverschlüsselt via Satellit empfangbar, die Radiosender sowie einzelne Fernsehsender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.mi, mii, miii, miv). Die Fernsehsender haben «must carry»-Status auf allen Plattformen und NPO1, 2 und 3 sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 25, 49), es ist nicht vorgesehen, dass für den Empfang Zusatzkosten entstehen (Art. 2.1(3) Mediawet 2008). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf verschiedenen Webseiten rezipiert werden (z.B. NPO o.J.f, NPO Radio 1 o.J.), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. NPO ist verpflichtet, ein Medienarchiv zu betreiben (Art. 2.138a(c) Mediawet 2008), die Organisation verzichtet jedoch darauf, auf der Website ältere Beiträge bereitzustellen. Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können auf die Radiobeiträge der Website zugreifen, einige Fernsehbeiträge und der Fernseh-Livestream sind jedoch gesperrt. NPO3 betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (https://www.youtube.com/channel/UCwN9hjjqUl9VB51um_73hVg).

Die Tagesreichweite der (nationalen) Radioprogramme von NPO lag 2017 im Schnitt bei 25%, die der Fernsehprogramme bei 86,4% (Mediamonitor o.J.a, b). Der Marktanteil der nationalen Radioprogramme von NPO lag 2017 im Schnitt bei 29.2% (NPO 2018: 15). NOS war 2017 die Zwölftbeliebteste Website der Niederlande und erreichte eine durchschnittliche wöchentliche Reichweite von 23%. In der letzten Woche des Jahres 2017 haben 40% der Niederländerinnen und Niederländer die Online-Inhalte von NPO genutzt (Mediamonitor o.J.c, NPO 2018: 18). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 83% der Niederländerinnen und Niederländer den Informationen und Nachrichten im Radio und 86% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 90) erreichten die NPO Nachrichten (NOS) in den Niederlanden 2018 den ersten Platz (7.36/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den niederländischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion gute Noten (Rossini 2018: 9, 11).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 40) ergibt für NPO eine Gesamtpunktzahl von 23 – er ist also knapp ein «Media Commons». Am besten schneidet NPO beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome ab, wo er jeweils bei zwei von drei Merkmalen – Universalität und On Demand bzw. Reichweite und Zustimmung – einem «Media Commons» ent-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

spricht. Erfreulich ist zudem, dass NPO zahlreiche Instrumente der Rechenschaft und des Einbezugs nutzt, und dass das Publikum Sendungen ko-kreieren kann. Eine «Tragödie» ist beim Merkmal CC zu verzeichnen.

Tabelle 40 Evaluation: NPO als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	2		Co-Kreation	2
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 24		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.13 Norwegen

6.13.1 Norsk Rikskringkasting (NRK)

Die Aufgaben von NRK sind im Rundfunkgesetz («Kringkastingloven») und in einer Rundfunkverordnung («Forskrift om Kringkasting») definiert und werden in den Statuten («Vedtekter») konkretisiert, in die vom Parlament festgelegte Bestimmungen («Plakaten») integriert sind (NRK 2018b). Darin steht: Erstens unterstützt und stärkt NRK die Demokratie, indem er eine öffentliche Debatte fördert, sowie ausgewogen, unabhängig, investigativ und gemäß ethischen Standards berichtet. Zweitens sorgt NRK für freien, kostenlosen Zugang und eine möglichst weite Verbreitung seiner Programme. Drittens stärkt NRK die norwegische Sprache, Identität und Kultur, indem er u.a. Regionen, Religionen, oder Sprachgruppen berücksichtigt, norwegische Kunst und Künstler fördert. Viertens bemüht sich NRK um hohe Qualität, Vielfalt und Innovationen, indem er hochwertige Programme und diverse Genres anbietet und sich gegenüber kommerziellen Rundfunkanbietern abgrenzt, (§ 12–15 NRK-Plakaten). Dazu nutzt NRK auch digitale Medienplattformen (NRK 2018b, § 17 NRK-Plakaten).

NRK muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (s. 2.13 LOV 127/1992), der auf der Website verfügbar ist (NRK o.J.a). Darüber hinaus muss NRK jährlich einen Businessplan verfassen (NRK 2018b). Eine öffentliche Anhö-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

rung findet im Rahmen des Ex-Ante-Tests für neue Services statt (s. 6-3 FOR 153/1997), eine regelmäßige Befragung des Publikums ist aber nicht vorgesehen. NRK verfügt über einen Rundfunkrat («Kringkastingsrådet») und über regionale Programmräte («Distriktsprogramrådene»), die jeweils vom Parlament resp. der Regierung gewählt werden (§ 7.1–7.3 LOV 127/1992).

NRK arbeitet nicht gewinnorientiert, jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (§ 10 NRKs Vedtekter, § 16 NRK-Plakaten, NRK 2015). Werbung ist verboten (s. 6–4 LOV 127/1992) jedoch darf NRK Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (s. 3.4 LOV 127/1992). 2017 verzeichnete der NRK einen Betriebsertrag von NOK 5'920.7 Mio. (EUR 634.8 Mio.), NOK 5'575.4 Mio. (EUR 597.8 Mio.) stammen aus öffentlichen Mitteln (Gebühren), NOK 345.3 Mio. (EUR 37 Mio.) aus anderen Erträgen (NRK 2018a: 18, 26). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

NRK muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (§ 26–28 NRKs Vedtekter, Art. 100 Kongeriket Norges Grunnlov). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 8/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 1) Norwegen ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich NRK in einem ersten Schritt selbst (NRK o.J.b), danach übernimmt der vom Parlament gewählte Rundfunkrat («Kringkastingsrådet») (NRK o.J.c, s. 7-2 LOV-127/1992). Beschwerden können auch beim für alle Medien zuständigen, unabhängigen Presserat («Norsk Presseforbund»), bzw. seinem Presseausschuss («Pressens Faglige Utvalg») gemacht werden (PFU 2015, Accountable Journalism 2017m). Der Generaldirektor wird vom Vorstand von NRK gewählt, jedoch legt das Parlament legt den Anteil der öffentlichen Mittel (Gebühren) für den NRK fest (s. 6–4 LOV 127/1992).

NRK ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. NRK ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren (s. 2-2 FOR 153/1997). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von NRK-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist in Einzelfällen vorgesehen (NRK 2009).

Alle Radiosender von NRK sind in Norwegen unverschlüsselt via Satellit empfangbar und können über Streaming rezipiert werden, die Fernsehsender nicht (LyngSat o.J.ni, nii, niii, niv). Die Fernsehsender haben jedoch «must carry»-Status im Kabelnetz und sind digital-terrestrisch frei

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 25, 49). Es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (§ 13 NRK-Plakaten). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (NRK o.J.d, NRK o.J.e), NRK soll diese mindestens sieben Tage in einem Archiv anbieten (§ 17 NRK-Plakaten). NRK soll seine Inhalte archivieren und der Bevölkerung zur Verfügung stellen (§ 14h NRK Plakaten), und stellt eine Auswahl älterer Inhalte bereit (NRK o.J.f). Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland ist der Zugang zu den Fernsehbeiträgen auf der Website gesperrt, auf die Radiobeiträge kann jedoch zugegriffen werden. NRK betreibt einige eigene YouTube-Kanäle (u.a. www.youtube.com/user/nrk).

Das gesamte Angebot (Radio, TV und Internet) von NRK hatte 2017 eine Tagesreichweite von durchschnittlich 85%, die Fernsehprogramme 58%, die Radioprogramme 49%, und die digitalen Angebote erreichten durchschnittlich 33% (NRK 2018c: 11, 18). Der Marktanteil der Fernsehsender von NRK lag 2017 bei 40%, der Marktanteil der Radiosender bei 66% (NRK 2018b: 12, 85). Gemäß dem Reuters Institute (Newman et al. 2018: 92) vertrauen 47% der Norwegerinnen und Norweger den Nachrichten, in der Vertrauensrangliste erreichten die NRK Nachrichten in Norwegen 2018 jedoch den ersten Platz (7.42/10 Punkten). Gemäß Bertelsmann (2018: 37) hat Norwegen ein pluralistisches Medienangebot. Gemäß der norwegischen Medienregulierungsbehörde ist das Programmangebot von NRK qualitativ hochwertig und berücksichtigt die Vielfalt der Gesellschaft (Medietilsynet 2018).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 41) ergibt für NRK eine Gesamtpunktzahl von 23 – er ist also knapp ein «Media Commons». Am besten schneidet NRK beim Outcome ab, wo er bei allen drei Merkmalen – Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass NRK nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist. Eine «Tragödie» ist bei keinem Merkmal zu verzeichnen, jedoch hat NRK beim Merkmal CC nur knapp den Status eines «Grenzfalls» erreicht.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 41 Evaluation: NRK als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	1	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	1
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 23		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.14 Österreich

6.14.1 Österreichischer Rundfunk (ORF)

Die Aufgaben des ORF sind im ORF-Gesetz festgelegt. Das Gesamtangebot des ORF soll demnach qualitativ hochwertig und innovativ sein, und sich um Integration, Gleichberechtigung und Verständigung bemühen. Die Programme enthalten umfassende Informationen und ermöglichen damit einen demokratischen öffentlichen Diskurs, außerdem bemühen sie sich um Objektivität, Unabhängigkeit und Vielfalt. Der ORF steht im Dienst von Wissenschaft und Bildung, soll sich aber auch den «gesellschaftlich wichtigen» Genres Kultur und Unterhaltung widmen (§ 10 ORF-G). Der ORF muss zudem sicherstellen, dass seine Berichterstattung objektiv und unparteilich ist, er muss die Meinungsvielfalt berücksichtigen und für ausgewogene Programme sorgen, und die Unabhängigkeit von Personen und Organen gewährleisten, die «mit der Besorgung der Aufgaben des ORF betraut sind» (§ 1 (3) ORF-G).

Der ORF muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten des letzten Jahres verfassen (§ 7, § 39 ORF-G), der auf der Website verfügbar ist (ORF o.J.b). Darüber hinaus muss der ORF ein Qualitätssicherungssystem mit detaillierten Verfahrensregeln einführen, das jährlich von einer externen, sachverständigen Person evaluiert wird (§ 4a ORF-G). Eine öffentliche Vernehmlassung wird im Rahmen der Auftragsvorprüfung für neue Angebote des ORF durchgeführt (§ 6a (2) ORF-G). Der ORF verfügt über einen sogenannten Publikumsrat, dessen 35 Mitgliedern jedoch von Institutionen und der Regierung ausgewählt werden (§ 28 ORF-G, ORF o.J.c). Sechs

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Mitglieder des Publikumsrats sitzen im Stiftungsrat ein, der ansonsten von Mitgliedern von Regierung, Ländern und Parteien bestellt ist (§ 20(1) ORF-G). Der Publikumsrat kann vom ORF eine jährliche Publikumsbefragung verlangen (§ 30 (5) ORF-G).

Der ORF arbeitet nicht gewinnorientiert (§ 1 (4) ORF-G), jedoch sind ihm kommerzielle Aktivitäten erlaubt (§ 9, 9b ORF-G) und er darf Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen (§ 13–17 ORF-G). 2017 verzeichnete der ORF einen Betriebsertrag von EUR 993.6 Mio., EUR 624.8 Mio. stammten aus öffentlichen Mitteln (Programmentgelte), EUR 232.6 Mio. aus Werbung, und EUR 136.2 Mio. aus sonstigen Erlösen (ORF 2018a: 14). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

Der ORF muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (§ 1 (3), 4 (6), 10 (5), 32 ORF-G). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 22/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 11) Österreich ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich in einem ersten Schritt der Beschwerdeausschuss des ORF (ORF o.J.d), dann übernimmt die staatliche Regulierungsbehörde RTR (Art. 36 ORF-G, RTR o.J.). Der unabhängige österreichische Presserat konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017n). Der Staat ist über den teilweise von ihm bestellten Stiftungsrat indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (§ 20 (1), 22 (1) ORF-G), und er legt den Anteil der staatlichen Mittel («Programmentgelt») für den ORF fest (§ 31 ORF-G).

Dem ORF ist es nicht erlaubt, Foren einzurichten oder auf sozialen Netzwerken aktiv zu sein (§ 4f (2:23), (2:25) ORF-G). Obwohl der Verfassungsgerichtshof diese Einschränkung als ungültig erklärt hat (ORF 2014), schränkt sich der ORF diesbezüglich seit Kurzem selbst wieder stärker ein (ORF 2019). Der ORF ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von ORF-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Alle Radio- und ein Fernsehsender des ORF sind in Österreich unverschlüsselt via Satellit empfangbar, die Radiosender können außerdem über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.oi, oii, oiii, oiv). Die Fernsehsender haben «must carry»-Status im Kabelnetz und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 23, 46). Ausgestrahlte Sendun-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (ORF o.J.e, ORF o.J.f), jedoch ist eine zeitliche Beschränkung von sieben Tagen für die Bereitstellung dieser Inhalte festgelegt (§ 4e (2) ORF-G). Diese gilt nicht für Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten (§ 4e (4) ORF-G). Der ORF ist gesetzlich nicht verpflichtet, Beiträge zu archivieren, stellt auf der Website aber eine Auswahl historischer Inhalte bereit (ORF o.J.g). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich die Radiosendungen des ORF auf der Website anhören, Fernsehsendungen und der Live-Stream sind teilweise zugänglich. Es ist nicht vorgesehen, dass der ORF einen eigenen YouTube-Kanal betreibt (§ 4f (2) ORF-G).

Der Marktanteil der Radioprogramme des ORF lag 2017 im Schnitt bei 71%, die Tagesreichweite bei 61.2% (ORF 2018b: 173). Die Fernsehprogramme erreichten bei Personen ab 12 Jahren im Schnitt einen Marktanteil von 33.9%, die Tagesreichweite lag bei 49.9% (ORF 2018a: 175). Das digitale Angebot des ORF verzeichnete pro Woche im Durchschnitt 2 Mio. «Visits», was einer Reichweite von 28% entspricht. Die Websites und Apps des ORF verzeichneten monatlich durchschnittlich etwa 3,4 Mio. «Visitors» bzw. 76.8 Mio. «Visits». Beim Videoangebot verzeichnete der ORF monatlich im Schnitt 28.9 Mio. Video-Starts (ORF 2018a: 176, 178). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 79% der Österreicherinnen und Österreicher den Informationen und Nachrichten im Radio und 75% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 62) erreichten die ORF Nachrichten in Österreich 2018 den ersten Platz (6.6/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den österreichischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion mittlere Noten (Seethaler, Beaufort, Dopona 2018: 7, 9).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 42) ergibt für den ORF eine Gesamtpunktzahl von 21 – er ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet der ORF beim Outcome ab, wo er bei zwei von drei Merkmalen – Reichweite und Zustimmung – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass der ORF zahlreiche Instrumente der Rechenschaft und des Einbezugs nutzt. Eine «Tragödie» ist beim Merkmal CC zu verzeichnen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 42 Evaluation: ORF als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	2		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	1
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 21		
	Zustimmung	2			
	Performanz	1			

6.15 Schweden

6.15.1 Sveriges Radio (SR)

Die Aufgaben von SR sind in einer Rundfunklizenz («Sändningstillstånd»), die das Kulturministerium jeweils für etwa fünf Jahre vergibt, definiert, und werden dann in Jahresverträgen («Anslagsvillkor») konkretisiert. Weitere Bestimmungen finden sich im Gesetz über Radio und Fernsehen («Radio- och TV-Lag») und im Gesetz über die Rundfunkfinanzierung («Lag om Finansiering av Radio och TV i Allmänhetens»). SR soll ein vielfältiges Programm von hoher Qualität und in innovativer Form anbieten, insbesondere in Schwedisch. SR thematisiert die Situation im ganzen Land und die Unterschiede in der Bevölkerung, zeigt verschiedene Meinungen auf und bildet (§ 6 SR-Sändningstillstånd). SR soll den Beiträgen des Bildungsradios UR Sendezeit einräumen und einen Chor und ein Orchester führen (§ 3 SR-Sändningstillstånd, § 11 SR-Anslagsvillkor 2018). SR soll Nachrichten und Kultursendungen anbieten und den Austausch mit dem Ausland ermöglichen (§ 8, 9, 13 SR-Sändningstillstånd). Seine Sendungen sind auf verschiedenen Plattformen verfügbar (§ 7 SR-Anslagsvillkor 2018).

SR muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (§ 18 SR-Anslagsvillkor 2018), der auf der Website verfügbar ist (SR o.J.b). Darüber hinaus muss SR eine Unternehmensstrategie einreichen und die Erfüllung des Auftrags überwachen (§ 17–18 SR-Anslagsvillkor 2018). Eine öffentliche Anhörung findet im Rahmen eines Ex-Ante-Tests für neue Angebote statt (§ 9 SR-Anslagsvillkor 2018) und für den Jahresbericht muss das Publikum befragt

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

werden (§ 18 SR-Anslagsvillkor 2018). SR ist dazu angehalten, sich regelmäßig mit Minderheiten und Menschen mit einer Behinderung auszutauschen, Jugendliche in Sendungen einzubeziehen (§ 10–12 SR-Sändningstillstånd) und durch eine dezentrale Organisationsform viele Menschen zu integrieren (§ 12 SR-Anslagsvillkor 2018), jedoch gibt es keinen Publikumsrat.

SR arbeitet nicht gewinnorientiert, es sind ihm jedoch kommerzielle Tätigkeiten erlaubt (§ 3, 8 SR-Anslagsvillkor 2018). Werbung und Sponsoring dürfen nicht als Einnahmequellen genutzt werden (§ 1 Lag 2018:1893, § 18–19 SR-Sändningstillstånd). 2017 verzeichnete das SR einen Betriebsertrag von SEK 2838 Mio. (EUR 294.5 Mio.), SEK 2779 Mio. (EUR 288.4 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln, SEK 59 Mio. (EUR 6.1 Mio.) aus übrigen Erträgen (SR 2018a: 8, 20). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

SR muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Einleitung SR-Sändningstillstånd). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 11/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 2) Schweden ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich der Hörerdienst von SR (SR o.J.c), dann übernimmt das unabhängige Überprüfungskomitee («Granskningsnämnden för Radio och TV»), das Teil der staatlichen Regulierungsbehörde ist (Myndigheten för Press Radio och TV 2018, Kap. 16 Radio- och TV-Lag 2010:696, § 15 SR-Sändningstillstånd). Der unabhängige schwedische Presserat («Kungessens Opinionsnämnd») konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017o). Zu einem Involvement des Staates bei der Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin machen die Dokumente keine Angaben. Für die Erhebung der Rundfunksteuer zieht die Steuerbehörde einen bestimmten Prozentsatz auf das Einkommen ein, über die Zuteilung der öffentlichen Mittel an SR entscheidet das Parlament (§ 2, 4, 8 Lag 2018:1893).

SR ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. SR ist verpflichtet einen «signifikanten» Anteil seiner Sendezeit an unabhängige Produktionen zu vergeben und mit externen Produktionsfirmen im Dialog zu sein (§ 7 SR-Sändningstillstånde, § 14 SR-Anslagsvillkor 2018). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von SR-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Alle Radiosender von SR können in Schweden über Streaming rezipiert werden, sind jedoch nicht unverschlüsselt via Satellit empfangbar (LyngSat o.J.piii). Es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-Radio anbietet (§ 1, 4 SR-Sändningstillstånd, § 6, 7 SR-Anslagsvillkor 2018). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (SR o.J.d), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. SR ist nicht gesetzlich verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren, jedoch stellt die Organisation auf der Website eine Auswahl historischer Inhalte bereit (SR o.J.e). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können Radiosendungen auf der Website anhören (inkl. Live-Stream), und SR betreibt einen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/sverigesradio).

Der Marktanteil von SR lag 2017 durchschnittlich bei 77% (SR 2018a: 8), die tägliche Reichweite bei den 12 bis 79-Jährigen durchschnittlich bei 56%, die Wochenreichweite bei 80% (SR 2018b: 135). Die Website von SR verzeichnete pro Woche durchschnittlich 1.4 Mio. «Unique Browsers», SR Play 575‘000 (SR 2018b: 140). Im Durchschnitt wurden pro Woche 4 Mio. Live-Streams oder Downloads von 880‘000 «Unique Browsers» gestartet (SR 2018b: 139). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 85% der Schwedinnen und Schweden den Informationen und Nachrichten im Radio (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 104) erreichten die SR-Nachrichten in Schweden 2018 den ersten Platz (6.73/10 Punkten). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den schwedischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion gute Noten (Färdigh 2018: 7, 9).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 43) ergibt für das SR eine Gesamtpunktzahl von 25 – es ist also ein «Media Commons». Am besten schneidet SR beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome ab, wo es bei allen drei Merkmalen – Universalität, On Demand und Ausland bzw. Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass SR zahlreiche Instrumente der Rechenschaft nutzt, nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist und dass der Staat kaum in die Organisation involviert ist. Eine «Tragödie» ist jedoch beim Merkmal CC zu verzeichnen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 43 Evaluation: SR als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	2		Ausland	2
Outcome	Reichweite	2	Total: 25		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.15.2 Sveriges Television (SVT)

Die Aufgaben von SVT sind in einer Rundfunklizenz («Sändningstillstånd»), die das Kulturministerium jeweils für etwa fünf Jahre vergibt, definiert, und werden dann in Jahresverträgen («Anslagsvillkor») konkretisiert. Weitere Bestimmungen finden sich im Gesetz über Radio und Fernsehen («Radio- och TV-Lag») und im Gesetz über die Rundfunkfinanzierung («Lag om Finansiering av Radio och TV i Allmänhetens»). SVT soll ein vielfältiges Programm von hoher Qualität und in innovativer Form anbieten, insbesondere in Schwedisch. SVT thematisiert die Situation im ganzen Land und die Unterschiede in der Bevölkerung, zeigt verschiedene Meinungen auf und bildet (§ 6 SVT-Sändningstillstånd). SVT soll den Beiträgen des Bildungsradios UR Sendezeit einräumen (§ 3 SVT-Sändningstillstånd). SVT soll Nachrichten und Kultursendungen anbieten und den Austausch mit dem Ausland ermöglichen (§ 8, 9, 13 SVT-Sändningstillstånd). Seine Sendungen sind auf verschiedenen Plattformen verfügbar (§ 9 SVT-Anslagsvillkor 2018).

SVT muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (§ 21 SVT-Anslagsvillkor 2018), der auf der Website verfügbar ist (SVT o.J.b). Darüber hinaus muss SVT eine Unternehmensstrategie einreichen und die Erfüllung des Auftrags überwachen (§ 20–21 SVT-Anslagsvillkor 2018). Eine öffentliche Anhörung findet im Rahmen eines Ex-Ante-Tests für neue Angebote statt (§ 11 SVT-Anslagsvillkor 2018) und für den Jahresbericht muss das Publikum befragt werden (§ 21 SVT-Anslagsvillkor 2018). SVT ist dazu angehalten, sich regelmäßig mit Minderheiten und Menschen mit einer Behinderung auszutauschen, Jugendliche in Sendungen einzubeziehen (§ 10–12

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

SVT-Sändningstillstånd) und durch eine dezentrale Organisationsform viele Menschen zu integrieren (§ 13 SVT-Anslagsvillkor 2018), jedoch gibt es keinen Publikumsrat.

SVT arbeitet nicht gewinnorientiert, es sind ihm jedoch kommerzielle Tätigkeiten erlaubt (§ 3, 10 SVT-Anslagsvillkor 2018). Werbung und Sponsoring dürfen nicht als Einnahmequellen genutzt werden (§ 1 Lag 2018:1893, § 18–19 SVT-Sändningstillstånd). 2017 verzeichnete SVT einen Betriebsertrag von SEK 4803.7 Mio. (EUR 498.6 Mio.), SEK 4513.1 Mio. (EUR 468.4 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (Gebühren), SEK 220.3 Mio. (EUR 22.9 Mio.) aus Sponsoring, Co-Produktionen oder Rechteverkäufen und SEK 70.3 Mio. (EUR 7.3 Mio.) aus übrigen Erträgen (SVT 2018: 67). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

SVT muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Einleitung SVT-Sändningstillstånd). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 11/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 2) Schweden ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich SVT in einem ersten Schritt selbst (SVT o.J.c), dann übernimmt das unabhängige Überprüfungskomitee («Granskningsnämnden för Radio och TV»), das Teil der staatlichen Regulierungsbehörde ist (Myndigheten för Press Radio och TV 2018, Kap. 16 Radio- och TV-Lag 2010:696, § 14 SVT-Sändningstillstånd). Der unabhängige schwedische Presserat («Kungessens Opinionsnämnd») konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017o). Zu einem Involvement des Staates bei der Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin machen die Dokumente keine Angaben. Für die Erhebung der Rundfunksteuer zieht die Steuerbehörde einen bestimmten Prozentsatz auf das Einkommen ein, über die Zuteilung der öffentlichen Mittel an SVT entscheidet das Parlament (§ 2, 4, 8 Lag 2018:1893).

SVT ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. SVT ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). SVT ist zudem verpflichtet, einen «signifikanten» Anteil seiner Sendezeit an unabhängige Produktionen zu vergeben und mit externen Produktionsfirmen im Dialog zu sein (§ 7 SVT-Sändningstillstånde, § 17 SVT-Anslagsvillkor 2018). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von SVT-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Die Fernsehsender von SVT sind in Schweden nicht unverschlüsselt via Satellit empfangbar, und können auch nicht über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.pi, pii). Sie haben jedoch «must carry»-Status im Kabel und IPTV und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 26, 49). Es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-TV anbietet (§ 1, 4 SVT-Sändningstillstånd, § 8, 9 SVT-Anslagsvillkor 2018). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (SVT o.J.d), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. SVT ist nicht verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren, die Organisation stellt jedoch auf der Website eine Auswahl historischer Beiträge bereit (SVT o.J.e, SVT o.J.f). Für Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können nicht auf den Live-Stream und nur auf einen Teil der Fernsehsendungen zugreifen. SVT betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/SVT).

Die durchschnittliche Wochenreichweite von SVT lag 2017 insgesamt bei 88%, wobei 75% der Nutzerinnen und Nutzer TV und 50% digitale Kanäle nutzten (SVT 2018: 17–18). Der Marktanteil der SVT-Sender SVT1, SVT2, svtb und svt24 lag im ersten Halbjahr 2017 bei 37.1%, die tägliche Reichweite lag im Schnitt bei 64.6% (MMS 2018: 5). 2017 wurden zudem täglich durchschnittlich 3.9 Mio. SVT-Videos gestartet (MMS 2019: 23). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 86% der Schwedinnen und Schweden den Informationen und Nachrichten im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). In der Vertrauensrangliste des Reuters Institutes (Newman et al. 2018: 104) erreichten die SVT-Nachrichten in Schweden 2018 den zweiten Platz (6.68/10 Punkten) hinter SR. Der Media-Pluralism-Monitor gibt den schwedischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion gute Noten (Färdigh 2018: 7, 9).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 44) ergibt für SVT eine Gesamtpunktzahl von 23 – es ist also ein «Media Commons». Am besten schneidet SVT beim Outcome ab, wo es in allen drei Merkmalen – Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass SVT zahlreiche Instrumente der Rechenschaft nutzt, nur wenig kommerzielle Finanzierung aufweist und dass der Staat kaum in die Organisation involviert ist. Eine «Tragödie» ist jedoch beim Merkmal CC zu verzeichnen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 44 Evaluation: SVT als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	1
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	2		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 23		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.15.3 Sveriges Utbildningsradio (UR)

Die Aufgaben von UR sind in einer Rundfunklizenz («Sändningstillstånd»), die das Kulturministerium jeweils für etwa fünf Jahre vergibt, definiert, und werden dann in Jahresverträgen («Anslagsvillkor») konkretisiert. Weitere Bestimmungen finden sich im Gesetz über Radio und Fernsehen («Radio- och TV-Lag») und im Gesetz über die Rundfunkfinanzierung («Lag om Finansiering av Radio och TV i Allmänhetens»). UR soll ein vielfältiges Programm, bestehend aus Radio und Fernsehen, von hoher Qualität und in innovativer Form anbieten, insbesondere auf Schwedisch. UR thematisiert die Situation im ganzen Land und die Unterschiede in der Bevölkerung und zeigt verschiedene Meinungen auf (§ 1, 7 UR-Sändningstillstånd). UR soll insbesondere Bildungs- und Kultursendungen anbieten und Entwicklungen im Bildungsbereich verfolgen (§ 8, 9, 13 SVT-Sändningstillstånd). Seine Sendungen sind auf verschiedenen Plattformen verfügbar (§ 9 UR-Anslagsvillkor 2018).

UR muss jedes Jahr einen Bericht über seine Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (§ 19 UR-Anslagsvillkor 2018), der auf der Website verfügbar ist (SVT o.J.b). Darüber hinaus muss UR eine Unternehmensstrategie einreichen und die Erfüllung des Auftrags überwachen (§ 18–19 SVT-Anslagsvillkor 2018). Eine öffentliche Anhörung findet im Rahmen eines Ex-Ante-Tests für neue Angebote statt (§ 11 UR-Anslagsvillkor 2018) und für den Jahresbericht muss das Publikum befragt werden (§ 19 SVT-Anslagsvillkor 2018). UR ist dazu angehalten, sich regelmäßig mit Minderheiten und Menschen mit einer Behinderung auszutauschen, und Jugendliche in Sendungen einzubeziehen (§ 10, 11, 13 UR-Sändningstillstånd), jedoch gibt es keinen Publikumsrat.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

UR arbeitet nicht gewinnorientiert, es sind ihm jedoch kommerzielle Tätigkeiten erlaubt (§ 2, 10 UR-Anslagsvillkor 2018). Werbung und Sponsoring dürfen nicht als Einnahmequellen genutzt werden (§ 1 Lag 2018:1893, § 18–19 UR-Sändningstillstånd). 2017 verzeichnete das UR einen Betriebsertrag von SEK 383.4 Mio. (EUR 39.8 Mio.), SEK 381.8 Mio. (EUR 39.6 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln, SEK 1.5 Mio. (EUR 0.1 Mio.) aus übrigen Erträgen (UR 2018b: 55). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im tiefen Bereich.

UR muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Einleitung UR-Sändningstillstånd). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 11/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 2) Schweden ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich UR in einem ersten Schritt selbst (UR o.J.b), dann übernimmt das unabhängige Überprüfungskomitee («Granskningsnämnden för Radio och TV»), das Teil der staatlichen Regulierungsbehörde ist (Myndigheten för Press Radio och TV 2018, Kap. 16 Radio- och TV-Lag 2010:696, § 15 UR-Sändningstillstånd). Der unabhängige schwedische Presserat («Kungessens Opinionsnämnd») konzentriert sich auf den Pressesektor (Accountable Journalism 2017o). Zu einem Involvement des Staates bei der Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin machen die Dokumente keine Angaben. Für die Erhebung der Rundfunksteuer zieht die Steuerbehörde einen bestimmten Prozentsatz auf das Einkommen ein, über die Zuteilung der öffentlichen Mittel an UR entscheidet das Parlament (§ 2, 4, 8 Lag 2018:1893).

UR ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv, bietet auf der eigenen Website jedoch keine Diskussionsforen an. Es ist verpflichtet, mindestens 10% seiner Sendezeit bzw. seines Budgets in unabhängige Produktionen zu investieren (Art. 17 AVMD-Richtlinie 1989). UR ist zudem verpflichtet, einen «signifikanten» Anteil seiner Sendezeit an unabhängige Produktionen zu vergeben und mit externen Produktionsfirmen im Dialog zu sein (§ 9 UR-Sändningstillstånd, § 15 UR-Anslagsvillkor 2018). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publikum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von UR-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Die Programme des UR können bei Ausstrahlung via SR über Streaming rezipiert werden (LyngSat o.J.pii) und die Fernsehprogramme sind bei Ausstrahlung via SVT digital-terrestrisch frei empfangbar; außerdem hat SVT «must carry»-Status im Kabel und IPTV (Kevin/Schneeberger 2015: 26, 49). Beides gilt auch für den Kunskapskanalen, den UR gemein-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sam mit SVT betreibt (ebd. 49, 182, 184). Unverschlüsselter Zugang via Satellit ist hingegen weder bei SR, noch bei SVT oder dem Kunskapskanalen möglich (LyngSat o.J.pii, LyngSat o.J.piii). Es ist nicht vorgesehen, dass die Organisation Pay-Rundfunk anbietet (§ 3 UR-Sändningstillstånd, § 8, 9 UR-Anslagsvillkor 2018). Ausgestrahlte Sendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (UR o.J.c), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht gesetzlich festgelegt. UR ist nicht gesetzlich verpflichtet, die eigenen Beiträge zu archivieren, es befasst sich aber in einer spezifischen Rubrik («historia») mit historischen Ereignissen (UR o.J.d). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich die Radiosendungen auf der UR-Website anhören, die Fernsehsendungen sind mehrheitlich gesperrt. UR betreibt einen eigenen YouTube-Kanal (https://www.youtube.com/channel/UCMbT7f3uBbPv 5dCPu7ND-yA).

2017 hat UR 396 Stunden fürs Radio und 3216 Stunden fürs Fernsehen produziert und über SR und SVT verbreitet. 80% der Fernsehsendungen wurden über den Kunskapskanalen verbreitet, den UR gemeinsam mit SVT betreibt (UR 2018b: 19). Der Marktanteil von Kunskapskanalen lag im ersten Halbjahr 2017 bei 1.1%. Seine tägliche Reichweite liegt im Schnitt bei 4.1%, (MMS 2018: 5). 2017 wurden zudem täglich durchschnittlich 23‘317 Videos von UR gestartet (MMS 2019: 23). Gemäß einem Eurobarometer vertrauen 85% der Schwedinnen und Schweden den Informationen und Nachrichten im Radio und 86% denen im Fernsehen (EC 2018: 6, 7). Der Media-Pluralism-Monitor gibt den schwedischen Medien bezüglich politischer Unabhängigkeit und bezüglich sozialer Inklusion gute Noten (Färdigh 2018: 7, 9).

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 45) ergibt für UR eine Gesamtpunktzahl von 22 – es ist also ein «Grenzfall». Am besten schneidet UR bei der Organisationsstruktur, beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome ab, wo es bei vier von sechs bzw. zwei von drei Merkmalen – Rechenschaft, Non-Kommerz, Medienfreiheit und Regulierung bzw. Universalität und On Demand, bzw. Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Eine «Tragödie» ist jedoch beim Merkmal CC und bei der Reichweite zu verzeichnen.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 45 Evaluation: UR als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	1
	Einbezug	1		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	2	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	2		Ausland	1
Outcome	Reichweite	0	Total: 22		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

6.16 Schweiz

6.16.1 Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG)

Die Aufgaben der SRG sind im Bundesgesetz über Radio und Fernsehen («RTVG») und der Verordnung («RTVV») definiert und werden in einer Lizenz («Konzession») für jeweils 10 Jahre konkretisiert. Als privatrechtlicher Verein hat die SRG außerdem Statuten. Die SRG soll die gesamte Bevölkerung inhaltlich umfassend mit gleichwertigen Radio- und Fernsehprogrammen in den drei Amtssprachen versorgen. Sie soll zwischen den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kantonen, Kulturen, gesellschaftlichen Gruppierungen, sowie dem In- und Ausland vermitteln. Sie liefert dafür Sendungen in den Bereichen Information, Kultur, Bildung und Unterhaltung und ermöglicht dem Publikum freie Meinungsbildung und kulturelle Entfaltung (Art. 24 RTVG). Neben ihren Radio- und Fernsehprogrammen darf die SRG ein «übriges publizistisches Angebot» bereitstellen, das aus Online-Angeboten, Teletext, programmassoziierten Informationen, dem publizistischen Angebot für das Ausland sowie Begleitmaterial zu einzelnen Sendungen besteht, der Fokus liegt aber bei den audiovisuellen Inhalten (Art. 18 Konzession 2018).

Die SRG muss jedes Jahr einen Bericht über ihre Aktivitäten sowie die Einnahmen und Ausgaben des letzten Jahres verfassen (Art. 18 (1) RTVG, Art. 27 RTVV), der auf der Website verfügbar ist (SRG o.J.c). Darüber hinaus sind ihr regelmäßige Qualitätskontrollen durch Externe vorgeschrieben, über deren Ergebnis die SRG die Öffentlichkeit informieren muss (Art. 4 Konzession 2018). Eine öffentliche Anhörung wird bei der Erneuerung der Konzession durchgeführt (Art. 25 RTVG)). Neben einem Dialog

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

mit der Öffentlichkeit (Art. 5 SRG Konzession) ist die SRG verpflichtet, das Publikum in die Organisation einzubeziehen (Art. 31d RTVG): Das Unternehmen wird von einem Verein getragen, in deren vier Regionalgesellschaften alle in der Schweiz wohnhaften Personen Mitglied werden können (Art. 32 Konzession, Art. 4 SRG Statuten). Die Regionalgesellschaften verfügen je über einen Publikumsrat (SRG.D o.J.a, SRG.D o.J.b, RTSR o.J., CORSI o.J.).

Die SRG arbeitet nicht gewinnorientiert (Art 2 (5) SRG Statuten), jedoch sind ihr kommerzielle Aktivitäten erlaubt (Art. 41 (2) RTVG, Art. 2 (4) Statuten) und sie darf TV-Werbung und Sponsoring als Einnahmequellen nutzen, Radio- und Online-Werbung ist ihr jedoch verboten (Art. 14 RTVG, Art. 23 RTVV). 2017 verzeichnete die SRG einen Betriebsertrag von CHF 1594.6 Mio. (EUR 1'434.4 Mio.), CHF 1218.5 Mio. (EUR 1'096.1 Mio.) stammten aus öffentlichen Mitteln (Gebühren), CHF 263.9 Mio. (EUR 237.4 Mio.) aus Werbung und Sponsoring, CHF 36.6 Mio. (EUR 32.9 Mio.) aus Programmverkäufen und CHF 76 Mio. (EUR 68.4 Mio.) aus übrigen Erträgen (SRG 2018: 33). Der Anteil der kommerziellen Finanzierung liegt also im mittleren Bereich.

Die SRG muss unabhängig sein, d.h. der Staat darf sich nicht in die redaktionelle Arbeit einmischen (Art. 6, Art. 31 (1a) RTVG; Art. 16, 93 (3) Bundesverfassung). Bezüglich Medienfreiheit stellen sowohl Freedom House (2017d: 13/100) als auch Reporter ohne Grenzen (2017: Rang 7) der Schweiz ein gutes Zeugnis aus. Um Programmbeschwerden kümmert sich in einem ersten Schritt die SRG-interne Ombudsstelle (Art. 91–93 RTVG), dann übernimmt die staatliche Unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI) (Art. 94–98 RTVG). Der unabhängige Schweizer Presserat ist ebenfalls für alle Medien zuständig (Accountable Journalism 2017p). Der Staat ist indirekt involviert in die Wahl des Generaldirektors bzw. der Generaldirektorin (Art. 33 (1) RTVG, Art. 33 (4) RTVV). Die Festlegung der Gebührenhöhe erfolgt durch den Bundesrat, wobei dieser die Empfehlungen des Preisüberwachers bzw. der Preisüberwacherin berücksichtigt (Art. 68a RTVG).

Die SRG ist auf gängigen Social-Media-Plattformen aktiv und bietet auf der eigenen Website zahlreiche Diskussionsforen an. Sie muss mindestens 10% ihrer Sendezeit bzw. ihres Budgets in unabhängige Produktionen investieren (Art. 5 (1b) RTVV). Sie muss zudem ihre Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen, der audiovisuellen Industrie und der schweizerischen Musikbranche in Vereinbarungen regeln – ansonsten kann die Regierung konkrete Vorgaben machen (Art. 26–28 Konzession 2018). Es gibt keine Möglichkeit, eigene Texte und audiovisuelle Inhalte auf die Website hochzuladen, und es ist nicht vorgesehen, dass das Publi-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

kum eigene Sendungen beisteuert. Eine Verwendung von SRG-Inhalten unter einer Creative-Commons-Lizenz ist nicht vorgesehen.

Die Radiosender der SRG sind in der Schweiz unverschlüsselt via Satellit empfangbar und können außerdem über Streaming rezipiert werden, die Fernsehsender nicht (LyngSat o.J.qi, qii, qiii, qiv). Die Fernsehsender der SRG haben jedoch «must carry»-Status im Kabel, über IPTV, Streaming und über mobileNetze und sind digital-terrestrisch frei empfangbar (Kevin/Schneeberger 2015: 23, 46). Ausgestrahlte Radio- und Fernsehsendungen können zeitversetzt auf der Website rezipiert werden (SRF o.J.b, RSI o.J.a, RTS o.J., RTR o.J.), eine zeitliche Beschränkung für die Bereitstellung dieser Inhalte ist nicht festgelegt. Die Organisationen der SRG müssen ihre Sendungen dauerhaft archivieren und der Öffentlichkeit zugänglich machen (Art. 33 RTVV), sie stellen auf ihren Websites eine Auswahl älterer Beiträge bereit (z.B. SRF o.J.c, RSI o.J.b). Nutzerinnen und Nutzer aus dem Ausland können sich die Radiosendungen der SRG-Sender auf den Websites anhören, die Fernsehsendungen (inkl. Live-Stream) sind teilweise zugänglich. Die Organisationen der SRG betreiben eigene YouTube-Kanäle (z.B. www.youtube.com/user/TSR).

Der Marktanteil der Radioprogramme lag 2017 im Schnitt bei 58.1% (SRF), 55.1% (RTS), bzw. 62.1% (RSI) (SRG 2018: 40, 44, 48). SRF erreichte täglich durchschnittlich 2.6 Mio. Hörerinnen und Hörer, RTS 749‘000, RSI 180‘000 und Radio Rumantsch 75‘000 (SRG 2018: 40, 44, 48, 50). Der Marktanteil der TV-Programme lag 2017 durchschnittlich bei 30% (SRF), 26.4% (RTS), bzw. 27.8% (RSI) (SRG 2018: 56, 60, 64). SRF erreichte täglich durchschnittlich 2.3 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauer, RTS 851‘000, RSI 177‘000 (SRG 2018: 40, 44, 48, 50). Die Online-Angebote der SRG verzeichneten monatlich durchschnittlich 6.9 Mio. «Unique Clients» und 53.5 Mio. «Visits» (SRG 2018: 68). Gemäß dem Reuters Institute (Newman et al. 2018: 106) vertrauen 52% der Schweizerinnen und Schweizer den Nachrichten generell, in der Vertrauensrangliste erreichten die Nachrichten von SRF bzw. RTS in der Schweiz 2018 jedoch in ihrer Sprachregion den ersten Platz (7.16/10 bzw. 7.28/10 Punkte). Gemäß einer vom BAKOM in Auftrag gegebenen Studie (Fretwurst et al. 2018: 23, 30) liegt die Gesamtzufriedenheit der Schweizerinnen und Schweizer mit dem SRG-Radioangebot bei 81% und mit dem SRG-TV bei 78%. Das Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft schätzt die Qualität und inhaltliche Vielfalt der Informationsleistungen der SRG als überdurchschnittlich hoch ein. Generell ermöglichen die strukturellen Bedingungen der Schweizer Medienlandschaft ein vielfältiges Angebot (fög 2018: 87–88).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Die Evaluation aller Merkmale (siehe Tabelle 46) ergibt für die SRG eine Gesamtpunktzahl von 24 – sie ist also ein «Media Commons». Am besten schneidet die SRG beim Outcome ab, wo sie bei allen drei Merkmalen – Reichweite, Zustimmung und Performanz – einem «Media Commons» entspricht. Erfreulich ist zudem, dass die SRG zahlreiche Instrumente der Rechenschaft und des Einbezugs nutzt, und dass sie Diskussionsforen anbietet. Eine «Tragödie» ist beim Merkmal CC zu verzeichnen.

Tabelle 46 Evaluation: SRG als «Media Commons»

Persp.	Merkmal	Pt	Persp.	Merkmal	Pt
Struktur	Rechenschaft	2	Kollab.	Interaktion	2
	Einbezug	2		Co-Kreation	1
	Non-Profit	2		CC	0
	Non-Kommerz	1	Zugang	Universalismus	2
	Medienfreiheit	2		On Demand	2
	Regulierung	1		Ausland	1
Outcome	Reichweite	2	Total: 24		
	Zustimmung	2			
	Performanz	2			

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

7 Vergleich und Kontextualisierung der Ergebnisse

In der vorliegenden Studie wird die Frage untersucht, ob öffentliche Rundfunkorganisationen in verschiedenen Ländern die Merkmale eines «Media Commons» aufweisen. Dafür wurden auf Basis von Forschungsliteratur 18 Merkmale vorgeschlagen und entsprechende Forderungen formuliert. Diese wurden operationalisiert und für die Analyse von 30 öffentlichen Rundfunkorganisationen in 16 Ländern genutzt. Es zeigt sich, dass ein Drittel der 30 untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen – ARD, BBC, NPO, NRK, RTÉ, SR, SRG, SVT, TG4 und Yle – insgesamt den Status eines «Media Commons» erreichen. Alle anderen untersuchten Organisationen werden als «Grenzfall» eingestuft. Eine «Tragödie» wurde nicht verzeichnet. Hier wird nun der «eigentliche Vergleich» durchgeführt (vgl. Puppis 2010: 97). Es werden also die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den öffentlichen Rundfunkorganisationen aufgezeigt und diese kontextualisiert. Konkret werden die Ergebnisse anhand der vier Institutionalisierungs- und der drei Vergleichsthesen (siehe Kapitel 4.2) interpretiert.

7.1 Merkmale öffentlicher Rundfunkorganisationen im Vergleich

Basierend auf den präsentierten Ergebnissen (siehe Kapitel 6) wird nun als Erstes geprüft, ob die öffentlichen Rundfunkorganisationen die Merkmale eines «Media Commons» aufweisen. Für diesen Vergleich wurden, basierend auf Forschungsliteratur, vier «Institutionalisierungsthesen» aufgestellt (siehe Kapitel 4.2.1): Erstens wird vermutet, dass die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbild eines «Media Commons» bezüglich der Organisationsstruktur im niedrigen Bereich liegt. Bezüglich der Kollaboration und des Zugangs zu Inhalten wird eine mittlere Entsprechung erwartet; beim Outcome eine Entsprechung im hohen Bereich.

Es hat sich gezeigt (siehe Tabelle 47), dass die Ergebnisse nur die These zum Outcome komplett bestätigen: 22 der 30 untersuchten Organisationen erhalten in diesem Bereich das Prädikat «Media Commons», acht das eines «Grenzfalls». Die Thesen zur Kollaboration und zum Zugang zu Inhalten müssen hingegen leicht, die These zur Organisationsstruktur stark korrigiert werden: Bezüglich der Organisationsstruktur des öffentlichen

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Rundfunks zeigt sich nicht eine tiefe, sondern eine hohe Entsprechung. Bei der Kollaboration ist die Entsprechung nicht mittel, sondern eher tief; beim Zugang zu den Inhalten ist sie nicht mittel, sondern eher hoch. Im Folgenden werden die Ergebnisse für jedes Merkmal besprochen und für jede Perspektive zusammengefasst.

Tabelle 47 Evaluation der öffentlichen Rundfunkorganisationen im Vergleich

Merkmal	Tragödie	Grenzfall	Media Commons
Struktur	-	BRF C4 RAI RF RTBF SBS TVNZ	ABC APTN ARD BBC CBC DR DRADIO FTV MTS NPO NRK ORF RNZ RTÉ S4C SR SRG SVT TG4 UR VRT YLE ZDF
Kollaboration	DR DRADIO C4 FTV MTS ORF RTBF RF RTÉ S4C SBS SR SVT TG4 TVNZ UR VRT	ABC APTN ARD BBC BRF CBC NPO NRK RAI RNZ SRG YLE ZDF	-
Zugang	APTN	ARD BBC BRF C4 CBC DR RTBF SBS MTS ORF SVT ZDF	ABC DRADIO FTV NPO NRK RAI RF RNZ RTÉ S4C SR SRG TG4 TVNZ UR VRT YLE
Outcome	-	DRADIO FTV MTS RAI RNZ TG4 TVNZ UR	ABC APTN ARD BBC BRF C4 CBC DR NPO NRK ORF RF RTBF RTÉ S4C SBS SR SRG SVT VRT YLE ZDF

7.1.1 Aufgaben des öffentlichen Rundfunks im Vergleich

Die erste Möglichkeit, den öffentlichen Rundfunk als «Media Commons» zu beschreiben, ist mit Sicht auf seine Aufgabe. Eine Evaluation wird hier nicht vorgenommen, da bezüglich der Aufgabe des «Media Commons» viele richtige Lösungen denkbar sind. Anders als die anderen Perspektiven ist diese rein deskriptiv, und dient vor allem dazu, zu identifizieren, ob es sich bei der analysierten Organisation überhaupt um eine Medienorganisation handelt. Diesbezüglich besteht bei keiner der hier untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen ein Zweifel. Jede hat einen klar definierten Leistungsauftrag, in dem ihre Aufgabe formuliert ist: Medieninhalte verschiedener Genres zu produzieren, bestimmte Funktionen zu erfüllen, und mehrere Distributionskanäle zu bespielen.

Im Kern erinnern die Leistungsaufträge aller öffentlicher Rundfunkorganisationen, die hier untersucht wurden, an den BBC-Slogan «to inform, to educate, to entertain». So soll der öffentliche Rundfunk in allen Ländern **Medieninhalte** in diesen und weiteren Genres bereitstellen. Die Genres werden unterschiedlich detailliert beschrieben; die umfassendste Aufzählung findet man im Leistungsauftrag von FTV: Kultur, Musik, Events,

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Wissenschaft, Bildung, Sport, Film, Kino, Dokumentationen, Jugendsendungen, Information und Debatte, Medienbildung, Europa, und Spiele soll es bereitstellen. Auch die Medieninhalte für den Onlinebereich werden in den Leistungsaufträgen teilweise detailliert beschrieben, so zum Beispiel für den NRK. In Österreich gibt es hingegen eine Negativliste mit Inhalten, die online nicht erlaubt sind (§ 4f (2) ORF-G) – u.a. Portale, Börsen, Spiele, Musikdownload, SMS-Dienste, Suchdienste, Auktionen, und Veranstaltungskalender.

Bezüglich der zu erfüllenden **Funktionen** sind sich die Leistungsaufträge im Kern ebenfalls sehr ähnlich. In der Regel werden Qualität und Innovation, Meinungsvielfalt und die Befähigung zur Teilnahme an der Demokratie gefordert. Ebenfalls erwähnt wird der nationale Zusammenhalt, die Förderung nationaler Interessen, die Repräsentation des Landes im Ausland und der internationale Austausch. Eine Sonderstellung nimmt der öffentliche Rundfunk für spezifische Gruppen bzw. für einen speziellen Zweck ein. Hier wird explizit die Abdeckung von Kommunikationsbedürfnissen sprachlicher oder kultureller Minderheiten gefordert. Oder es wird – wie bei C4 und UR – die Förderung des unabhängigen Produktions- oder des Bildungssektors vorgeschrieben. Die Aufträge erwähnen zudem in der Regel die Inklusion von Menschen mit einer Behinderung.

Die Leistungsaufträge machen schließlich auch Angaben zu den **Distributionskanälen**. Inzwischen gehören dazu in allen Ländern die neuen digitalen Plattformen – der Übergang von «Public Service Broadcasting» zu «Public Service Media» scheint also technisch vollzogen zu sein. Wenn über die Verbreitung gesprochen wird, sind die Formulierungen heute grundsätzlich technologieneutral, d.h. es werden keine spezifischen Plattformen genannt. Stattdessen wird beispielsweise davon gesprochen, dass der öffentliche Rundfunk «neue Nutzungsgewohnheiten berücksichtigen», «moderne Verbreitungswege nutzen» oder das Publikum «über alle möglichen Plattformen bedienen» soll.

Wie bereits gesagt, ist diese Perspektive rein deskriptiv und dient vor allem dazu, zu identifizieren, ob es sich bei der untersuchten Organisation überhaupt um eine Medienorganisation handelt. Leistungsaufträge von Community Medien dürften denen von öffentlichen Rundfunkorganisationen für Minderheiten sehr ähnlich sein. Bei privat-kommerziellen Medien dürften hingegen das Genre der Unterhaltung und der Massengeschmack stärker im Zentrum stehen. Aktuell wird zudem die Frage debattiert, ob es sich auch bei den sozialen Medien um Medienorganisationen handelt. Facebook hat sich in der Vergangenheit selbst generell als «Plattform» bezeichnet, um eine inhaltliche Regulierung zu vermeiden. Diese

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Ansicht änderte sich aber in den letzten Jahren (vgl. Bridge 2018). Es wäre also durchaus vorstellbar, auch soziale Medien auf ihre Eignung als «Media Commons» zu prüfen (siehe Kapitel 8).

7.1.2 Organisationsstruktur des öffentlichen Rundfunks im Vergleich

Die zweite Möglichkeit, den öffentlichen Rundfunk als «Media Commons» zu untersuchen, ist mit Sicht auf seine Organisationsstruktur. Die Commons werden in der Regel mit der Idee eines «dritten Weges» verbunden. Das heißt, Medienorganisationen sollten Abstand zum Staat und zum Markt halten und stattdessen eine starke Beziehung zur Gesellschaft aufweisen. Im vierten Kapitel wurde die Institutionalisierungsthese aufgestellt, dass die Entsprechung zwischen dem öffentlichen Rundfunk und einem «Media Commons» diesbezüglich im niedrigen Bereich liegt. Der Vergleich der Merkmale zur gesellschaftlichen Teilhabe – Rechenschaft und Einbezug – sowie zu den Grenzen des Marktes und des Staates – Non-Profit und Non-Kommerz bzw. Medienfreiheit und Regulierung – zeigen jedoch, dass die Entsprechung nicht im tiefen, sondern im mittleren Bereich liegt.

Bezüglich der gesellschaftlichen Teilhabe ist die erste Forderung die nach **Rechenschaft**. In diesem Bereich erfüllen alle Organisationen das Mindestkriterium und erreichen damit mindestens den Status «Grenzfall» (siehe Tabelle 48): Alle sind dazu verpflichtet, einen Jahresbericht zu verfassen und diesen zu veröffentlichen. Abgesehen von FTV, bei dem zum Zeitpunkt der Dokumentenanalyse nur der Finanzbericht zugänglich war, verlinken alle Organisationen ihre Jahres- und Finanzberichte auf der eigenen Website und ermöglichen in der Regel auch den Zugriff auf die Berichte der vergangenen Jahre. Viele der untersuchten Organisationen müssen zudem einen Strategieplan für das nächste bzw. für die nächsten Jahre publizieren, in dem sie sich selbst auf bestimmte Ziele verpflichten. Um beim Merkmal der Rechenschaft jedoch den Status «Media Commons» zu erhalten, ist zusätzlich eine externe Evaluation durch die Wissenschaft oder durch ein unabhängiges externes Gremium nötig. Bei der Hälfte der untersuchten Organisationen ist dies der Fall, bei der anderen nicht.

Die zweite Forderung zur gesellschaftlichen Teilhabe ist die nach **Einbezug** des Publikums in die Organisationsstruktur. Nur vier der hier untersuchten Fälle – BRF, C4, RF und TVNZ – müssen diesbezüglich als «Tragödie» bezeichnet werden. Die meisten öffentlichen Rundfunkorganisationen sind hingegen «Grenzfälle»: Sie sind entweder verpflichtet, regelmäßi-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ge Publikumsbefragungen oder – im Rahmen von Lizenzerneuerungen oder Public Value Tests – öffentliche Anhörungen durchzuführen. Einige Organisationen müssen auch regelmäßigen Austausch mit gesellschaftlichen Gruppen pflegen – SR, SVT und UR zum Beispiel mit sprachlichen und kulturellen Minderheiten und mit Menschen mit einer Behinderung. Für zwei Drittel der Organisationen erwähnt die Regulierung zudem eine Vertretung (bestimmter) gesellschaftlicher Gruppen im Vorstand. Nur sieben der 30 untersuchten Organisationen – APTN, FTV, NPO, ORF, RTÉ, SRG und TG4 – haben jedoch einen eigentlichen Publikumsrat, und können deshalb das Prädikat «Media Commons» für sich beanspruchen.

Die Existenz eines Publikumsrates sagt natürlich noch nichts darüber aus, ob dieses Instrument zum Einbezug auch rege genutzt wird und ob es funktioniert. Baldi (2007: 27–28) konstatiert beispielsweise beim Trägerverein der SRG einen Rollenkonflikt: Die Mitglieder des Publikumsrates sollen gleichzeitig das Medienunternehmen gegen innen kritisieren und gegen außen repräsentieren – eine anspruchsvolle Doppelrolle. Die Vorschrift, dass gesellschaftliche Gruppen in den Entscheidungsgremien repräsentiert sein müssen, birgt hingegen das Risiko, dass wichtige Stimmen ausgeschlossen werden. Insofern ist die kürzlich durchgeführte Neuordnung der vertretenen gesellschaftlichen Gruppen im ZDF-Fernsehrat ein wichtiger Schritt gewesen (vgl. Rosenkranz 2016). Trotz der genannten Schwierigkeiten ist es jedoch wünschenswert, dass die «Media Commoners» in Entscheidungsprozesse miteinbezogen werden.

Tabelle 48 Gesellschaftlichen Teilhabe beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich

Merkmal	Tragödie	Grenzfall	Media Commons
Rechenschaft	-	ABC APTN ARD BRF CBC DR DRADIO FTV NRK RF RNZ RTBF S4C SBS YLE ZDF	BBC C4 MTS NPO ORF RAI RTÉ SRG SR SVT TG4 TVNZ UR VRT
Einbezug	BRF C4 RF TVNZ	ABC ARD BBC CBC DR DRADIO MTS NRK RAI RNZ RTBF S4C SBS SR SVT UR VRT YLE ZDF	APTN FTV NPO ORF RTÉ SRG TG4

Bezüglich der Grenzen des Marktes ist die erste Forderung die nach einer **Non-Profit**-Orientierung. Von allen in dieser Studie untersuchten Fällen muss hier nur TVNZ als «Tragödie» bezeichnet werden (siehe Tabelle 49): TVNZ soll gemäß seinem Leistungsauftrag ein möglichst erfolgreiches Medienunternehmen sein und Gewinne erwirtschaften. Alle anderen öffentlichen Rundfunkorganisationen, die hier untersucht wurden, sind hingegen «Media Commons». Ihre Gesetze verbieten es ihnen, ihre Programm-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

produktion an einer Gewinnorientierung auszurichten und sehen auch keine Gewinnausschüttung vor. Außerhalb des Kerngeschäfts sind es jedoch den meisten kommerzielle Nebentätigkeiten erlaubt, die potenziell gewinnorientiert sind. In der Regel gründen die öffentlichen Rundfunkorganisationen dafür Tochterfirmen, oder sie kooperieren mit anderen Organisationen. Für diese Tätigkeiten brauchen sie aber in der Regel eine offizielle Erlaubnis, und sie müssen sie buchhalterisch vom Kernauftrag trennen.

Die zweite Forderung zu den Grenzen des Marktes ist die nach einer **Non-Kommerz**-Orientierung. Zwei der hier untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen – C4 und TVNZ – müssen diesbezüglich als «Tragödie» bezeichnet werden: Beide finanzieren sich vollständig aus Werbeeinnahmen. Ein Drittel der untersuchten Organisationen – BBC, CBC, NPO, ORF, RAI, RTBF, RTÉ, SBS, SRG und VRT – ist hingegen ein «Grenzfall»: Bei ihnen machen die Einnahmen aus Werbung und Sponsoring zwischen 20 und 50% der Gesamteinnahmen aus. Bei knapp zwei Drittel der Organisationen liegt der Anteil der kommerziellen Finanzierung hingegen unter 20%. Ihnen ist Werbung in der Regel verboten, oder aber sie nehmen nur sehr wenig Werbegelder ein – das Niveau der Kommerzialisierung ist entsprechend gering. Bezüglich des Merkmals Non-Kommerz sind sie also «Media Commons».

Die Finanzierung birgt für öffentliche Rundfunkorganisationen heute ein Dilemma: Während die öffentlichen Mittel in vielen Ländern gekürzt werden, bedeutet die Bereitstellung digitaler Dienste einen finanziellen Mehraufwand. Entsprechend versuchen die Organisationen, ihre kommerziellen Einnahmen zu erhöhen und beispielsweise ihre Inhalte an Video-Streaming-Portale wie Netflix zu verkaufen. Theoretisch möglich wäre auch ein Einstieg in den Datenhandel. Eine solche Geschäftstätigkeit ist beim öffentliche Rundfunkorganisationen jedoch höchst umstritten; sie wurde zum Beispiel bei der inzwischen wieder aufgelösten Zusammenarbeit zwischen SRG, Blick und Swisscom in der Schweizer Werbeallianz «Admeira» stark kritisiert (vgl. Ziesman 2018). Auch die Frage, ob öffentliche Rundfunkorganisationen ihre digitalen Dienste personalisieren und so besser auf verschiedene Zielgruppen abstimmen sollen, indem sie algorithmisch die Profile ihrer Nutzenden erfassen, ist umstritten (Hellberger 2015).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 49 Grenzen des Marktes beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich

Merkmal	Tragödie	Grenzfall	Media Commons
Non-Profit	TVNZ	-	ABC APTN ARD BBC BRF C4 CBC DR DRADIO FTV MTS NPO NRK ORF RAI RF RNZ RTBF RTÉ S4C SBS SR SRG SVT TG4 UR VRT YLE ZDF
Non-Kommerz	C4 TVNZ	BBC CBC NPO ORF RAI RTBF RTÉ SBS SRG VRT	ABC APTN ARD BRF DR DRADIO FTV MTS NRK RF RNZ S4C SR SVT TG4 UR YLE ZDF

Bezüglich der Grenzen des Marktes ist die erste Forderung die nach **Medienfreiheit**. Es zeigte sich (siehe Tabelle 50), dass alle untersuchten Organisationen – mit Ausnahme von Rai – bei diesem Merkmal sehr gut abschneiden. Die Unabhängigkeit vom Staat ist nicht nur in den Leistungsaufträgen festgelegt, gemäß den Erhebungen von Freedom House und Reporter ohne Grenzen kann in den untersuchten Ländern auch von einer gelebten Pressefreiheit beim öffentlichen Rundfunk ausgegangen werden. Entsprechend qualifizieren sich bei diesem Merkmal fast alle Organisationen als «Media Commons». In Frankreich und Großbritannien gibt es jedoch, trotz insgesamt guter Einschätzung, einige Warntöne (Freedom House 2017a, 2017b): Wegen verstärkter Überwachung und Gewalt gegen Journalistinnen und Journalisten. Ein klarer «Grenzfall» ist jedoch die Rai: Freedom House evaluiert Italien nur als «teilweise frei» und kritisiert insbesondere den Einfluss der Politik auf die Medienorganisation (vgl. Freedom House 2017c).

Die zweite Forderung zu den Grenzen des Staates ist die nach **Selbstregulierung**. Bei diesem Merkmal wurden die öffentlichen Rundfunkorganisationen generell als «Grenzfall» eingestuft. In der Regel kümmern sich diese Organisationen zumindest in einem ersten Schritt selbst um Programmbeschwerden, danach – wenn Beschwerdestellende ihr Anliegen weiterziehen – übernimmt jedoch normalerweise eine staatliche Regulierungsbehörde. Der Staat oder die Politik wählen in der Regel auch den Verwaltungs- oder Programmrat des öffentlichen Rundfunks oder stellen einige Mitglieder. Insofern sind sie indirekt an der von diesen Gremien durchgeführten Wahl der Generaldirektorin bzw. des Generaldirektors beteiligt. Staat oder Politik legen zudem in den meisten Fällen die Höhe der öffentlichen Finanzierung fest – in einzelnen Fällen wird diese durch die Bindung an einen Index entpolitisiert. Fünf Fälle – APTN, SR, SVT, TVNZ und UR – wurden bei diesem Merkmal jedoch als «Media Commons» ein-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

gestuft, da der Staat bei der Wahl des Generaldirektors oder der Generaldirektorin nicht involviert ist.

Die Rolle des Staates und die Frage, ob staatliche Regulierung eine Lösung für soziale Dilemmata sind, die bei geteilten Ressourcen entstehen, wird von den drei Denkschulen der Commons-Forschung unterschiedlich beantwortet (siehe Kapitel 3.1). Auch in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gibt es diesbezüglich unterschiedliche Meinungen (siehe Kapitel 4.1.4): Zwar gilt die Selbstregulierung durch Medienorganisationen als Ideal, verschiedene Studien kommen jedoch zu dem Schluss, dass diese oft nicht richtig greift (vgl. Fengler et al. 2015). Auch die Forderung nach vom Staat unabhängigen Medienregulierungsbehörden sorgt für Ambivalenz: Ob eine Regulierungsbehörde unabhängige Entscheidungen trifft, hängt nicht nur von strukturellen Faktoren ab, sondern auch davon, ob sich insgesamt eine «Kultur der Unabhängigkeit» etablieren kann (vgl. Salomon 2016: 29–31).

Tabelle 50 Grenzen des Staates beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich

Merkmal	Tragödie	Grenzfall	Media Commons
Medienfreiheit	-	RAI	ABC APTN ARD BBC BRF C4 CBC DR DRADIO FTV MTS NPO NRK ORF RF RNZ RTBF RTÉ S4C SBS SR SRG SVT TG4 TVNZ UR VRT YLE ZDF
Regulierung	-	ABC ARD BBC BRF C4 CBC DR DRADIO FTV MTS NPO NRK ORF RAI RF RNZ RTBF RTÉ S4C SBS SRG TG4 VRT YLE ZDF	APTN SR SVT TVNZ UR

Zusammenfassend lässt sich bezüglich der Organisationsstruktur also Folgendes sagen: 23 der hier untersuchten 30 öffentlichen Rundfunkorganisationen entsprechen einem «Media Commons», 7erreichen das Prädikat «Grenzfall». Entsprechend kann die erste Institutionalisierungsthese – bezüglich der Organisationsstruktur liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbild eines «Media Commons» im niedrigen Bereich – nicht bestätigt werden. Die Entsprechung liegt nicht im tiefen, sondern im hohen Bereich.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

7.1.3 Kollaboration beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich

Die dritte Möglichkeit, den öffentlichen Rundfunk als «Media Commons» zu untersuchen, ist mit Sicht auf seine Kollaboration (siehe Tabelle 51). Während Medien generell kollaborativ erstellt und genutzt werden, so haben sich mit der Digitalisierung die Möglichkeiten dazu vervielfacht. Die Commons werden in der Regel mit der Idee der freien Kultur verbunden, entsprechend sollte Kollaboration von Medienorganisationen keinesfalls behindert, sondern unterstützt und gefördert werden. Im vierten Kapitel wurde die Institutionalisierungsthese aufgestellt, dass die Entsprechung zwischen dem öffentlichen Rundfunk und einem «Media Commons» bezüglich der Kollaboration im mittleren Bereich liegt. Der Vergleich der beiden Merkmale Interaktion und Co-Kreation bestätigt diese These mehrheitlich, im Bereich der CC zeigt jedoch eine «Tragödie».

Die erste Forderung zur Kollaboration ist die nach **Interaktion**. Bei diesem Merkmal sind 23 der 30 untersuchten Organisationen «Grenzfälle». Sie sind zwar in den gängigen sozialen Medien – Facebook, Twitter, Instagram – aktiv und bieten ihrem Publikum auf diesem Weg eine unkomplizierte Möglichkeit, in Austausch zu treten. Sieben der 30 untersuchten Organisationen – APTN, ARD, BRF, CBC, FTV, SRG und Yle – bieten auf ihren Websites zusätzlich eigene Foren zum Mitdiskutieren an, und können entsprechend als «Media Commons» bewertet werden. Als «Tragödie» wurde keine Organisation eingestuft.

Die zweite Forderung zur Kollaboration ist die nach **Co-Kreation**. Fast alle der hier untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen sind bei diesem Merkmal ein «Grenzfall». In der Regel ist ihnen eine Quote von mindestens 10% ihre Budgets bzw. ihrer Sendezeit für die Integration von Werken unabhängiger Produzierender vorgeschrieben. Oder aber sie fordern unabhängige Produzierende explizit zur Zusammenarbeit auf. Solche Vorgaben fehlen einzig beim DRadio, weshalb es als «Tragödie» bewertet wird. CBC und NPO haben sowohl Vorgaben für die Integration unabhängiger Produktionen als auch eine Struktur für Co-Kreation mit dem Publikum: Entweder – im Falle von CBC – durch eine Möglichkeit, eigene Inhalte auf die Website hochzuladen, oder – im Fall von NPO – durch Rundfunkvereine, in denen das Publikum eigene Beiträge produziert. Entsprechend wurden dieses beiden hier als «Media Commons» eingestuft.

Die dritte Forderung zur Kollaboration ist die nach **Creative Commons**. Dahinter steckt der Wunsch danach, Inhalte des öffentlichen Rundfunks auf unkomplizierte Art und Weise nichtkommerziell und transformativ weiterzuverwenden. Es zeigt sich, dass 22 der hier untersuchten 30

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

öffentlichen Rundfunkorganisationen bei diesem Merkmal eine «Tragödie» sind. In ihren Leistungsaufträgen ist nichts vermerkt, und ihre Websites geben keinen Hinweis darauf, dass sie eine offene oder kollektive Lizenz wie beispielsweise CC nutzen (sollen), um die Weiterverwendung ihrer Inhalte zu fördern. Acht der untersuchten Organisationen – ABC, ARD, BBC, NRK, Rai, RNZ, Yle und ZDF – haben Creative Commons immerhin in einem Projekt angewendet und können deshalb als «Grenzfall» bezeichnet werden. Bei diesem Merkmal kann jedoch keine einzige der untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen das Prädikat «Media Commons» für sich beanspruchen.

Die von Coleman (2002) geforderte Transformation von der «Transmission» zur Interaktion scheint für die öffentlichen Rundfunkorganisationen eine große Herausforderung darzustellen. Zwar ist die Medienproduktion generell kollaborativ – durch Studiogäste und den Austausch mit Betroffenen und Zeuginnen und Zeugen von Geschehnissen – jedoch sind die hier untersuchten Organisationen noch nicht in der von Pörksens (2018) ausgerufenen «redaktionellen Gesellschaft» angekommen. Ein interessanter Fall ist der ORF, der zwar vom Bundesgericht entgegen der Bestimmung im ORF-Gesetz die Erlaubnis zur Nutzung von Foren bekommen hat, diese jedoch wegen eigener negativer Erfahrungen nicht mehr nutzen will. Die unschönen Begleiterscheinungen von «User-Generated-Content» – Trolling und Spaming – können als «Tragödie» des «Internet Commons» gewertet werden, vor der offenbar auch viele öffentliche Rundfunkorganisationen kapituliert haben.

Ebenfalls eine große Hürde scheint die zurzeit oft geforderte inhaltliche Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Medienorganisationen zu sein. In einer Studie von Grubenmann und Russ-Mohl (2016) sehen die befragten Expertinnen und Experten für solche Kooperationen ordnungspolitische und wettbewerbsrechtliche Probleme. Diese Befürchtungen haben auch die Diskussion um eine «Open Content»-Lizenz in der Schweiz beendet: Das Parlament hat einen entsprechenden Vorschlag vor allem mit Sicht auf die Nutzung öffentlicher Rundfunkinhalte durch privat-kommerzielle Medienorganisationen beleuchtet. Mit Verweis auf bestehende urheberrechtliche Regelungen wurde die offene Lizenzierung abgelehnt (vgl. UVEK 2017).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 51 Kollaboration beim öffentlichen Rundfunk im Vergleich

Merkmal	Tragödie	Grenzfall	Media Commons
Interaktion	-	ABC C4 DR DRADIO FTV MTS NPO NRK ORF RAI RF RNZ RTBF RTÉ S4C SBS SR SVT TG4 TVNZ UR VRT ZDF	APTN ARD BBC BRF CBC SRG YLE
Co-Kreation	DRADIO	ABC APTN ARD BBC BRF C4 DR FTV MTS NRK ORF RAI RF RNZ RTBF RTÉ S4C SBS SR SRG SVT TG4 TVNZ UR VRT YLE ZDF	CBC NPO
CC	APTN BRF C4 CBC DR DRADIO FTV MTS NPO ORF RF RTBF RTÉ S4C SBS SR SRG SVT TG4 TVNZ UR VRT	ABC ARD BBC NRK RAI RNZ YLE ZDF	-

Zusammenfassend lässt sich bezüglich der Kollaboration also Folgendes sagen: Die Hälfte der hier untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen – 13 von 30 Organisationen – entsprechen einem «Grenzfall», die andere Hälfte – 17 von 30 Organisationen – einer «Tragödie». Entsprechend muss die zweite Institutionalisierungsthese – bezüglich der Kollaboration liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbild eines «Media Commons» im mittleren Bereich – leicht korrigiert werden. Die Entsprechung liegt nicht im mittleren, sondern eher im tiefen Bereich.

7.1.4 Zugang zu Inhalten des öffentlichen Rundfunks im Vergleich

Die vierte Möglichkeit, den öffentlichen Rundfunk als «Media Commons» zu untersuchen, ist mit Sicht auf den Zugang zu den Inhalten (siehe Tabelle 52). Die Commons lehnen grundsätzlich jede Form von Ausschluss («Enclosure») ab und fordern stattdessen «Open Access». Die Digitalisierung ermöglicht es den Medienorganisationen, ihre Inhalte neben den traditionellen Distributionskanälen zusätzlich über neue Plattformen zugänglich zu machen. Im vierten Kapitel wurde die Institutionalisierungsthese aufgestellt, dass die Entsprechung zwischen dem öffentlichen Rundfunk und einem «Media Commons» bezüglich des Zugangs zu den Inhalten im mittleren Bereich liegt. Der Vergleich der drei Merkmale – Universalität, On Demand und Ausland – zeigt, dass die Entsprechung nicht im mittleren, sondern eher im hohen Bereich liegt, auch wenn der Zugang aus dem Ausland nicht immer gewährleistet ist.

Die erste Forderung zum Zugang zu den Inhalten ist die nach **Universalität**. Es zeigt sich, dass fast alle untersuchten öffentlichen Rundfunkorga-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

nisationen diesbezüglich einem «Media Commons» entsprechen. Ihre Sendungen sind im sogenannten «Free TV» im Stream, über Satelliten und digital-terrestrisch frei zu empfangen oder aber zumindest über die Mehrheit dieser Kanäle. Es gelten zudem «must-carry»-Regeln für die Verbreitung im Kabelnetz. Während der Empfang im Radiobereich selten eingeschränkt wird, so ist eine Verschlüsselung der Signale im Fernsehbereich üblicher. BRF, CBC, RTBF und SVT wurden wegen solcher Einschränkungen als «Grenzfälle» eingestuft. Als «Tragödie» wurde APTN eingestuft: Der Sender ist in Kanada gar nicht im sogenannten «Free TV» erhältlich, denn er kann weder unverschlüsselt via Satellit empfangen, noch über Streaming rezipiert werden. Die einzige Möglichkeit, ihn zu empfangen, ist über die Kabelverbindung, die mit einer «subscription fee» verbunden ist – immerhin gehört der Sender zum Grundpaket.

Die zweite Forderung zum Zugang zu den Inhalten ist die nach **On Demand**. Knapp zwei Drittel der hier untersuchten Organisationen haben bei diesem Merkmal das Prädikat «Media Commons» erhalten: Sie ermöglichen den Zugang zu Audio- und Video-on-Demand, sowie zu historischem Archivmaterial. Oft sind die öffentlichen Rundfunkorganisationen auch explizit verpflichtet, ihre Inhalte zu archivieren und für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Der andere Drittel der untersuchten Organisationen wurde hingegen als «Grenzfall» eingestuft: Diese Organisationen machen ihre Inhalte nicht zum Abruf zugänglich oder sie bieten kein Archiv mit historischen Beiträgen an. Eine «Tragödie» gab es bei diesem Merkmal in keinem der untersuchten Fälle zu verzeichnen.

Die dritte Forderung zum Zugang zu den Inhalten ist die nach dem Zugang aus dem **Ausland**. Bezüglich dieses Merkmals wurden 23 der 30 untersuchten Organisationen als «Grenzfall» eingestuft, sieben als «Media Commons» eingestuft. In der Regel ermöglichen alle untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen den Zugang zu ihren Radiosendungen und – via YouTube – zu einer Auswahl ihrer audiovisuellen Beiträge. Der internationale Zugang zu den audiovisuellen Beiträgen und insbesondere zum Livestream über die Website ist jedoch bei vielen Organisationen gesperrt. Beim Versuch, aus dem Ausland auf diese Inhalte zuzugreifen, erscheint dann oft eine Meldung, die auf ein aus urheberrechtlichen Gründen geltendes «Geoblocking» hinweist.

Dass öffentliche Rundfunkorganisationen den Zugang zu ihren Inhalten einschränken, liegt vor allem in den deutschsprachigen Ländern am Druck von Seiten der Presseverlage. Art. 93 der Schweizerischen Bundesverfassung sieht beispielsweise vor, dass der öffentliche Rundfunk auf die Presse Rücksicht nehmen muss. Ebenfalls ein Grund für die Beschränkung des

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Zugangs dürfte aber auch die bereits besprochene Suche nach zusätzlichen kommerziellen Einnahmen sein, die öffentliche Rundfunkorganisationen mit dem Programmverkauf generieren können. Aktuell wird deshalb darüber diskutiert, ob und zu welchen Bedingungen die vom öffentlichen Rundfunk produzierten Medieninhalte auf kommerziellen Video-Plattformen wie Netflix angeboten werden dürfen. Die britische Regulierungsbehörde OFCOM (2017a, 2017b: 31–33) führte zu dieser Frage eine öffentliche Konsultation durch und legte fest, dass die BBC keine Drittparteien bevorzugen oder benachteiligen dürfe.

Tabelle 52 Zugang zu Inhalten des öffentlichen Rundfunks im Vergleich

Merkmal	Tragödie	Grenzfall	Media Commons
Universalität	APTN	BRF CBC RTBF SVT	ABC ARD BBC C4 DR DRADIO FTV MTS NPO NRK ORF RAI RF RNZ RTÉ S4C SBS SR SRG TG4 TVNZ UR VRT YLE ZDF
On Demand	-	APTN ARD BBC BRF C4 DR MTS ORF RTBF SBS ZDF	ABC CBC DRADIO FTV NPO NRK RAI RF RNZ RTÉ S4C SR SRG SVT TG4 TVNZ UR VRT YLE
Ausland	-	ABC APTN ARD BBC C4 CBC DR FTV MTS NPO NRK ORF RAI RTBF S4C SBS SRG SVT TVNZ UR VRT YLE ZDF	BRF DRADIO RF RNZ RTÉ SR TG4

Zusammenfassend lässt sich bezüglich des Zugangs zu den Inhalten also Folgendes sagen: Etwas mehr als die Hälfte der hier untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen entsprechen einem «Media Commons». 12 der 30 Organisationen wurden als «Grenzfall» eingestuft, eine Organisation als «Tragödie». Entsprechend muss die dritte Institutionalisierungsthese – bezüglich des Zugangs zu Inhalten liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbild eines «Media Commons» im mittleren Bereich – nur leicht korrigiert werden. Die Entsprechung liegt nicht im mittleren, sondern eher im hohen Bereich.

7.1.5 Outcome des öffentlichen Rundfunks im Vergleich

Die fünfte Möglichkeit, den öffentlichen Rundfunk als «Media Commons» zu untersuchen, ist mit Sicht auf den Outcome (siehe Tabelle 53). Diese Perspektive nimmt die Idee des Institutional Analysis and Design-Frameworks (siehe Kapitel 3.2.3) auf, dass Commons bezüglich ihres nachhaltigen Funktionierens anhand von zum Kontext passenden Kriterien eva-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

luiert werden sollten. Im vierten Kapitel wurde die Institutionalisierungsthese aufgestellt, dass die Entsprechung zwischen dem öffentlichen Rundfunk und einem «Media Commons» bezüglich des Outcomes im hohen Bereich liegt. Der Vergleich der drei Merkmale – Reichweite, Zustimmung und Performanz – bestätigt diese These. Bei der Reichweite gibt es jedoch große Unterschiede zwischen den untersuchten Medienorganisationen.

Die erste Forderung zum Outcome ist die nach einer hohen **Reichweite**. Knapp die Hälfte der untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen wurden bei diesem Merkmal als «Media Commons» eingestuft. Sie erzielen mit ihren Radio- oder Fernsehprogrammen einen hohen Marktanteil bzw. eine hohe Reichweite. Die andere Hälfte entspricht hingegen einem «Grenzfall». Darunter auch die meisten öffentlichen Rundfunkorganisationen für eine sprachliche oder kulturelle Minderheit. Zwei der untersuchten Organisationen – DRadio und UR – haben hingegen Reichweiten bzw. Marktanteile im tiefen einstelligen Bereich. Da sich beide nicht gezielt an eine Minderheit, sondern potenziell an die gesamte Bevölkerung richten, wurden sie als «Tragödie» eingestuft.

Die zweite Forderung zum Outcome ist die nach **Zustimmung**. Fast alle der hier untersuchten Organisationen erreichen bei diesem Merkmal den Status «Media Commons». Ihre Radio- und Fernsehsender genießen einen starken Rückhalt in der Bevölkerung. Außerdem haben sie im Vergleich mit anderen Medienorganisationen in der Regel die Nase vorn, wenn nach dem Vertrauen in ihre Nachrichtensendungen gefragt wird. Fünf der untersuchten Organisationen – FTV, MTS, RAI, RNZ und TVNZ – wurden jedoch als «Grenzfall» eingestuft. In Neuseeland und in Italien genießen Radio und Fernsehen nicht dieselben hohen Vertrauenswerte wie in den anderen Ländern, in Frankreich trifft dies auf die Fernsehsender zu. Die Nachrichtensendung von Rai wurde zudem als weniger vertrauenswürdig eingestuft als die diejenigen anderer italienischer Medien.

Die dritte Forderung zum Outcome ist die nach **Performanz**. Bezüglich dieses Merkmals wurden 22 der untersuchten Organisationen als «Media Commons» eingestuft. Sie bzw. die Medien im entsprechenden Land erreichten in Rankings zum Medienpluralismus oder in vergleichbaren Untersuchungen gute Bewertungen. Acht Organisationen wurden hingegen als «Grenzfall» eingestuft. Sie bzw. die Medien im entsprechenden Land wurden in Rankings etwas schlechter eingeschätzt. In diesen Ländern wird beispielsweise kritisiert, dass der öffentliche Rundfunk bei der Inklusion von gesellschaftlicher Gruppen noch Verbesserungsbedarf hat. Bezüglich des Merkmals der Performanz wurde aber keiner der Fälle als «Tragödie» eingestuft.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Insgesamt hat der öffentliche Rundfunk seit seiner Einführung als Monopolradio zweifellos an Reichweite verloren. Gleichzeitig ist er jedoch bis heute ein «Leitmedium» geblieben, also ein Medium das unabhängig von Einschaltquoten für das Publikum, Journalistinnen und Journalisten, sowie eine politische und wirtschaftliche Elite von besonderer Bedeutung ist (vgl. Künzler und Studer 2012: 169, 179). Zudem gilt der öffentliche Rundfunk als Hoffnungsträger in der «Fake News»-Debatte (Horowitz 2018: 6). Ein Defizit hat der öffentliche Rundfunk jedoch gemäß des Media-Pluralism-Monitors bei der Inklusion von Frauen und nationalen Minderheiten – diese sind sowohl inhaltlich als auch in den Managements- und Führungsgremien der Organisation untervertreten (vgl. Brogi/Nenadic/De Azevedo Cunha 2018: 61, 66). Unzureichende Leistungen im Bereich der sozialen Repräsentation räumt auch die European Broadcasting Union (2018: 42) ein, der Branchenverband der öffentlichen Rundfunkorganisationen. In diesem Bereich müsse man sich verbessern.

Tabelle 53 Outcome des öffentlichen Rundfunks im Vergleich

Merkmal	Tragödie	Grenzfall	Media Commons
Reichweite	DRADIO UR	ABC APTN BRF C4 CBC FTV MTS RAI RF RNZ S4C SBS TG4 ZDF	ARD BBC DR NPO NRK ORF RTBF RTÉ SR SRG SVT TVNZ VRT YLE
Zustimmung		FTV MTS RAI RNZ TVNZ	ABC APTN ARD BBC BRF C4 CBC DR DRADIO NPO NRK ORF RF RTBF RTÉ S4C SBS SR SRG SVT TG4 UR VRT YLE ZDF
Performanz		DR ORF RAI RNZ RTÉ TG4 TVNZ YLE	ABC APTN ARD BBC BRF C4 CBC DRADIO FTV MTS NPO NRK RF RTBF S4C SBS SR SRG SVT UR VRT ZDF

Zusammenfassend lässt sich bezüglich des Outcomes also Folgendes sagen: Etwas mehr als zwei Drittel – 22 von 30 – der hier untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen entsprechen einem «Media Commons». Knapp ein Drittel – 8 von 30 – der Organisationen wurden hingegen als «Grenzfall» eingestuft. Eine «Tragödie» wurde bei diesem Merkmal nicht verzeichnet. Entsprechend kann die vierte Institutionalisierungsthese – bezüglich des Outcomes liegt die Entsprechung zwischen öffentlichem Rundfunk und dem Leitbild eines «Media Commons» im hohen Bereich – bestätigt werden.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

7.2 Kontextualisierung von Unterschieden und Gemeinsamkeiten

Die im Ergebnisteil gefundenen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den öffentlichen Rundfunkorganisationen werden nun kontextualisiert. Dafür wurden, basierend auf gängigen Typologien, drei «Vergleichsthesen» aufgestellt (siehe Kapitel 4.2.2): Erstens wird vermutet, dass öffentliche Rundfunkorganisationen in liberalen Ländern dem Leitbild eines «Media Commons» stärker entsprechen, wenn es um die Kollaboration und den Zugang zu Inhalten geht, als diejenigen in demokratisch-korporatistischen Ländern. Zweitens wird vermutet, das öffentliche Rundfunkorganisationen in großen Ländern stärker einem «Media Commons» entsprechen, wenn es um den Outcome geht als diejenigen in kleinen Ländern. Drittens wird vermutet, dass öffentliche Rundfunkorganisationen in wohlhabenden Ländern insgesamt eher einem «Media Commons» entsprechen als diejenigen in weniger wohlhabenden Ländern. Diese Thesen sollen nun geprüft werden.

7.2.1 Öffentlicher Rundfunk in liberalen und demokratisch-korporatistischen Ländern

Als Erstes werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Mediensystemtypen besprochen. Konkret werden hier das liberale und das demokratisch-korporatistische Modell von Hallin und Mancini (2004) verglichen. Fünf der untersuchten Länder – Australien, Großbritannien, Irland, Kanada und Neuseeland – haben die beiden Autoren dem liberalen Modell zugeordnet, neun der Länder – Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, die Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden und die Schweiz – dem demokratisch-korporatistischen. Frankreich und Italien gehören einem dritten Modell an – dem polarisiert-pluralistischen –, das hier nicht untersucht wird. Hier soll stattdessen die These geprüft werden, ob die öffentliche Rundfunkorganisationen in den liberalen Ländern bezüglich der Kollaboration und des Zugangs zu Inhalten stärker einem «Media Commons» entsprechen als diejenigen in demokratisch-korporatistischen Ländern.

Die Einordnung der öffentlichen Rundfunkorganisationen anhand ihres Mediensystemtyps in einer Tabelle zeigt bereits visuell einen klaren Unterschied (siehe Tabelle 54): Die 15 Organisationen in demokratisch-korporatistischen Ländern erreichten zwischen 19 und 25, die 12 Organisationen in liberalen Ländern zwischen 17 und 23 Punkte. Rechnerisch bestätigt sich, dass öffentliche Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatis-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

tischen Ländern eher einem «Media Commons» entsprechen: Durchschnittlich erreichen diese Organisationen 22, diejenigen in liberalen Ländern 20.7 Punkte. Die vorliegende Studie bestätigt also die Kategorisierung von Hallin und Mancini bezüglich des öffentlichen Rundfunks.

Tabelle 54 Öffentlicher Rundfunk als «Media Commons» nach Mediensystem

Pt.	Liberales Mediensystem (Ø20.7)	Demokratisch-korporatistisches Mediensystem (Ø 22.0)
25		SR
24		NPO SRG
23	BBC RTÉ TG4	ARD NRK SVT YLE
22	ABC	UR VRT
21	APTN CBC S4C RNZ	ORF ZDF
20	MTS	BRF DR DRADIO
19		RTBF
18	SBS C4	
17	TVNZ	

Die öffentlichen Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatistischen Ländern erreichen bei zwei der vier Perspektiven zur Analyse von «Media Commons» höhere Werte als diejenigen in liberalen Ländern (siehe Tabellen 55, 56, 57 und 58). Öffentliche Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatistischen Ländern erreichen bezüglich der Organisationsstruktur durchschnittlich 9.5 von 12 und bezüglich des Outcomes durchschnittlich 5.4 von 6 Punkten – damit qualifizieren sie sich jeweils als «Media Commons». Auch die öffentlichen Rundfunkorganisationen in liberalen Ländern qualifizieren sich als «Media Commons», jedoch mit durchschnittlich 9.0 bzw. 4.8 Punkten knapper.. Gleichauf liegen die öffentlichen Rundfunkorganisationen in liberalen und demokratisch-korporatistischen Ländern bezüglich der Kollaboration (2.6 bzw. 2.5 Punkte), wo beide genau zwischen «Grenzfall» und «Tragödie» liegen, und bezüglich des Zugangs zu Inhalten, wo beide mit 4.6 Punkten knapp ein «Media Commons» sind.

Tabelle 55 Organisationsstruktur im Vergleich nach Mediensystem

Struktur	Liberales Mediensystem (Ø 9.0)	Dem.-korporatistisches Mediensystem (Ø 9.5)
Commons	ABC APTN BBC CBC MTS RNZ RTÉ S4C TG4	ARD DR DRADIO NPO NRK ORF SR SRG SVT UR VRT YLE ZDF
Grenzfall	C4 SBS TVNZ	BRF RTBF
Tragödie	-	-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 56 Kollaboration im Vergleich nach Mediensystem

Kollaboration	Liberales Mediensystem (Ø 2.6)	Dem.-korporatistisches Mediensystem (Ø 2.5)
Commons	-	-
Grenzfall	ABC APTN BBC CBC RNZ	ARD BRF NPO NRK SRG YLE ZDF
Tragödie	C4 MTS RTÉ S4C SBS TG4 TVNZ	DR DRADIO ORF RTBF SR SVT UR VRT

Tabelle 57 Zugang zu Inhalten im Vergleich nach Mediensystem

Zugang	Liberales Mediensystem (Ø 4.6)	Dem.-korporatistisches Mediensystem (Ø 4.6)
Commons	ABC RNZ RTÉ S4C TG4 TVNZ	DRADIO NPO NRK SR SRG UR VRT YLE
Grenzfall	BBC C4 CBC SBS MTS	ARD BRF DR ORF RTBF SVT ZDF
Tragödie	APTN	-

Tabelle 58 Outcome im Vergleich nach Mediensystem

Outcome	Liberales Mediensystem (Ø 4.8)	Dem.-korporatistisches Mediensystem (Ø 5.4)
Commons	ABC APTN BBC C4 CBC RTÉ S4C SBS	ARD BRF DR NPO NRK ORF RTBF SR SRG SVT VRT YLE ZDF
Grenzfall	MTS RNZ TG4 TVNZ	DRADIO UR
Tragödie	-	-

Zusammengefasst kann aus der Perspektive der Mediensystemtypologie von Hallin und Mancini (2004) also Folgendes gesagt werden: Öffentliche Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatistischen Mediensystemen weisen durchschnittlich mehr Merkmale eines «Media Commons» auf, als diejenigen in liberalen Mediensystemen. Entsprechend kann die erste Vergleichsthese – öffentliche Rundfunkorganisationen in liberalen Ländern entsprechen bezüglich der Kollaboration und des Zugangs zu Inhalten dem Leitbild eines «Media Commons» stärker als öffentliche Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatistischen Ländern – nicht bestätigt werden.

7.2.2 Öffentlicher Rundfunk in großen und kleinen Ländern

Als Zweites werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Ländergröße besprochen. Die Größe der hier untersuchten Länder unterscheidet sich stark: Deutschland hat mit 82.8 Mio. die meisten Einwohnerinnen und Einwohner, Irland und Neuseeland mit je 4.9 Mio. die wenigsten (DSW 2018: 10, 14). Wie u.a. von Puppis (vgl. 2009b) vorgeschlagen, gelten Mediensysteme mit über 18 Mio. Einwohnerinnen und Einwohner als groß, diejenigen mit weniger als klein. Entsprechend sind sechs der sechzehn Län-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

der in der vorliegenden Studie – Australien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Kanada – große Mediensysteme, zehn – Belgien, Dänemark, Finnland, Irland, Neuseeland, die Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden und die Schweiz – sind kleine Mediensysteme. Hier soll nun die These geprüft werden, ob die öffentlichen Rundfunkorganisationen in den größeren Ländern bezüglich des Outcomes dem Leitbild eines «Media Commons» stärker entsprechen als diejenigen in kleinen Ländern.

Die Einordnung der öffentlichen Rundfunkorganisationen anhand der Größe ihres Landes in einer Tabelle zeigt visuell keinen klaren Unterschied (siehe Tabelle 59): Die 17 Organisationen in kleinen Ländern erreichten zwischen 17 und 25, die 13 Organisationen in großen Ländern zwischen 18 und 23 Punkten. Rechnerisch zeigt sich jedoch, dass öffentliche Rundfunkorganisationen in kleinen Ländern eher einem «Media Commons» entsprechen: Durchschnittlich erreichen diese Organisationen 21.8, diejenigen in großen Ländern 20.8 Punkte.

Tabelle 59 Öffentlicher Rundfunk als «Media Commons» nach Ländergröße

Wert	Große Länder (Ø 20.8)	Kleine Länder (Ø 21.8)
25		SR
24		NPO SRG
23	ARD BBC	NRK RTÉ SVT TG4 YLE
22	ABC	UR VRT
21	APTN CBC FTV S4C RF ZDF	ORF RNZ
20	DRADIO	BRF DR MTS
19	RAI SBS	RTBF
18	C4	
17		TVNZ

Die öffentlichen Rundfunkorganisationen in kleinen Ländern erreichen bei drei von vier Perspektiven zur Analyse von «Media Commons» leicht höhere Durchschnittswerte als diejenigen in großen Ländern, nur bei der Kollaboration ist es umgekehrt (siehe Tabellen 60, 61, 62 und 63). Bei der Organisationsstruktur erreichen die großen Länder mit 8.8 Punkten knapp und die kleinen Länder mit 9.5 Punkten klarer das Prädikat «Media Commons». Bei der Kollaboration liegen beide zwischen einer «Tragödie» und einem «Grenzfall»: Die untersuchten Organisationen in großen Ländern erreichen durchschnittlich 2.7, diejenigen in kleinen Ländern 2.4 von 6 Punkten. Bezüglich des Zugangs zu Inhalten erreichen diejenigen in großen Ländern durchschnittlich 4.5 und diejenigen in kleinen Ländern 4.8 Punkte – beide liegen also zwischen «Grenzfall» und «Media Commons».

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Bezüglich des Outcomes liegen die beiden Gruppen mit 4.9 bzw. 5.1 Punkten quasi gleichauf und erreichen den Status «Media Commons».

Tabelle 60 Organisationsstruktur im Vergleich nach Ländergröße

Struktur	Große Länder (Ø 8.8)	Kleine Länder (Ø 9.5)
Commons	ABC APTN ARD BBC CBC DRADIO FTV S4C ZDF	DR MTS NPO NRK ORF RNZ RTÉ SR SRG SVT TG4 UR VRT YLE
Grenzfall	C4 RF RAI SBS	BRF RTBF TVNZ
Tragödie	-	-

Tabelle 61 Kollaboration im Vergleich nach Ländergröße

Kollaboration	Große Länder (Ø 2.7)	Kleine Länder (Ø 2.4)
Commons	-	-
Grenzfall	ABC APTN ARD BBC CBC RAI ZDF	BRF NPO NRK RNZ SRG YLE
Tragödie	C4 DRADIO FTV RF S4C SBS	DR MTS ORF RTBF RTÉ SR SVT TG4 TVNZ UR VRT

Tabelle 62 Zugang zu Inhalten im Vergleich nach Ländergröße

Zugang	Große Länder (Ø 4.5)	Kleine Länder (Ø 4.8)
Commons	ABC DRADIO FTV RF RAI S4C	NPO NRK RNZ RTÉ SR SRG TG4 TVNZ UR VRT YLE
Grenzfall	ARD BBC C4 CBC SBS ZDF	BRF DR MTS ORF RTBF SVT
Tragödie	APTN	-

Tabelle 63 Outcome im Vergleich nach Ländergröße

Outcome	Große Länder (Ø 4.9)	Kleine Länder (Ø 5.1)
Commons	ABC APTN ARD BBC C4 CBC RF S4C SBS ZDF	BRF DR NPO NRK ORF RTBF RTÉ SR SRG SVT VRT YLE
Grenzfall	DRADIO FTV RAI	MTS RNZ TG4 TVNZ UR
Tragödie	-	-

Zusammengefasst kann aus der Perspektive der Kleinstaatenforschung also Folgendes gesagt werden: Öffentliche Rundfunkorganisationen in kleinen Mediensystem weisen etwa gleich viele Merkmale eines «Media Commons» auf wie diejenigen in großen Mediensystemen. Entsprechend kann auch die zweite Vergleichsthese – öffentliche Rundfunkorganisationen in großen Ländern entsprechen bezüglich des Outcomes dem Leitbild eines «Media Commons» stärker als öffentliche Rundfunkorganisationen in kleinen Ländern – nicht bestätigt werden.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

7.2.3 Öffentlicher Rundfunk und das Wohlstandsniveau

Als Drittes werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund des Wohlstandsniveaus besprochen. Alle sechzehn hier untersuchten Länder gehören im globalen Vergleich der einkommensstärksten Kategorie an (Credit Suisse 2017: 21–24). Jedoch hatten 2017 nur sechs dieser Länder – Australien, Dänemark, Irland, Norwegen, Schweden und die Schweiz – ein Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro erwachsene Person das über USD 65‘000 lag. Acht Länder – Belgien, Deutschland, Finnland, Großbritannien, Kanada, Neuseeland, die Niederlande und Österreich – erreichten ein BIP zwischen USD 50‘000 und USD 65‘000, und zwei Länder – Frankreich und Italien – ein BIP unter USD 50‘000. Hier soll nun geprüft werden, ob die öffentlichen Rundfunkorganisationen in den wohlhabenderen Ländern dem Leitbild eines «Media Commons» insgesamt stärker entsprechen.

Die Einordnung der öffentlichen Rundfunkorganisationen anhand des Wohlstandsniveaus ihres Landes in einer Tabelle zeigt bereits visuell einen leichten Unterschied (siehe Tabelle 64): Die 10 Organisationen in den Ländern mit der höchsten Kaufkraft variieren zwischen 19 und 25 Punkten, die 17 Organisationen in den Ländern mit mittleren Kaufkraft zwischen 17 und 24 und die Organisationen in Ländern mit tiefster Kaufkraft zwischen 19 und 21 Punkten. Rechnerisch zeigt sich, dass öffentliche Rundfunkorganisationen in den Ländern mit der höchsten Kaufkraft durchschnittlich 22.4 Punkte, in Ländern mit mittlerer Kaufkraft 20.9 und in Ländern mit tiefster Kaufkraft 20.3 Punkte erreichen.

Tabelle 64 Öffentlicher Rundfunk als «Media Commons» nach Kaufkraft

Pt.	Höchste Kaufkraft (Ø 22.4)	Mittlere Kaufkraft (Ø 20.9)	Tiefste Kaufkraft (Ø 20.3)
25	SR		
24	SRG	NPO	
23	NRK RTÉ SVT TG4	ARD BBC YLE	
22	ABC UR	VRT	
21		APTN CBC ORF RNZ S4C ZDF	FTV RF
20	DR	BRF DRADIO MTS	
19	SBS	RTBF	RAI
18		C4	
17		TVNZ	

Die öffentlichen Rundfunkorganisationen in den Ländern mit der höchsten Kaufkraft erreichen nur in der Perspektive der Organisationsstruktur deutlich höhere Werte (siehe Tabelle 65, 66, 67 und 68). Während die öffentlichen Rundfunkorganisationen in Ländern mit mittlerer oder tiefster

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Kaufkraft 8.8 bzw. 8.6 von 12 Punkten erreichen und sich damit knapp als «Media Commons» qualifizieren, erreichen diejenigen in Ländern mit der höchsten Kaufkraft durchschnittlich 9.9 Punkte diesen Status deutlich. Bei der Kollaboration erreichen die Organisationen in Ländern mit höchster und tiefster Kaufkraft hingegen mit durchschnittlich 2.3 von 6 Punkten den Status «Tragödie». Diejenigen in Ländern mit mittlerer Kaufkraft erreichen hier hingegen mit 2.7 Punkten knapp den Status «Grenzfall». Beim Zugang zu den Inhalten erreichen die Organisationen in Ländern mit höchster und tiefster Kaufkraft hingegen im Durchschnitt das Prädikat «Media Commons». Diejenigen in Ländern mit mittlerer Kaufkraft erreichen mit 4.3 Punkten den Status «Grenzfall». Beim Outcome erreichen die Organisationen in Ländern mit mittlerer und höchster Kaufkraft mit 5.3 bzw. 5.0 Punkten den Status «Media Commons», diejenigen in Ländern mit der tiefsten Kaufkraft hingegen mit 4.0 Punkten nur den eines «Grenzfalls».

Tabelle 65 Organisationsstruktur im Vergleich nach Kaufkraft

Struktur	Höchste Kaufkraft (Ø 9.9)	Mittlere Kaufkraft (Ø 8.8)	Tiefste Kaufkraft (Ø 8.6)
Commons	ABC DR NRK RTÉ SR SRG SVT TG4 UR	APTN ARD BBC CBC DRADIO MTS NPO ORF RNZ S4C VRT YLE ZDF	FTV
Grenzfall	SBS	BRF C4 RTBF TVNZ	RF RAI
Tragödie	-	-	-

Tabelle 66 Kollaboration im Vergleich nach Kaufkraft

Kollaboration	Höchste Kaufkraft (Ø 2.3)	Mittlere Kaufkraft (Ø 2.7)	Tiefste Kaufkraft (Ø 2.3)
Commons	-	-	-
Grenzfall	ABC NRK SRG	APTN ARD BBC BRF CBC NPO RNZ YLE ZDF	RAI
Tragödie	DR RTÉ SBS SR SVT TG4 UR	DRADIO C4 MTS ORF RTBF S4C TVNZ VRT	FTV RF

Tabelle 67 Zugang zu Inhalten im Vergleich nach Kaufkraft

Zugang	Höchste Kaufkraft (Ø 5.0)	Mittlere Kaufkraft (Ø 4.3)	Tiefste Kaufkraft (Ø 5.3)
Commons	ABC NRK RTÉ SR SRG TG4 UR	DRADIO NPO RNZ S4C TVNZ VRT YLE	FTV RF RAI
Grenzfall	DR SBS SVT	ARD BBC BRF CBC C4 MTS ORF RTBF ZDF	-
Tragödie	-	APTN	-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Tabelle 68 Outcome im Vergleich nach Kaufkraft

Outcome	Höchste Kaufkraft (Ø 5.3)	Mittlere Kaufkraft (Ø 5.0)	Tiefste Kaufkraft (Ø 4.0)
Commons	ABC DR NRK RTÉ SBS SR SRG SVT	ARD APTN BBC BRF C4 CBC NPO ORF RTBF S4C VRT YLE ZDF	RF
Grenzfall	TG4 UR	DRADIO MTS RNZ TVNZ	FTV RAI
Tragödie	-	-	-

Zusammengefasst kann aus der Perspektive des Wohlstands also Folgendes gesagt werden: Öffentliche Rundfunkorganisationen in Ländern mit der höchsten Kaufkraft weisen, abgesehen von der Organisationsstruktur, etwa gleich viele Merkmale eines «Media Commons» auf wie diejenigen in Ländern mit mittlerer oder tiefster Kaufkraft. Insgesamt erreichen sie jedoch eine höhere durchschnittliche Punktzahl. Folglich kann die zweite Vergleichsthese – öffentliche Rundfunkorganisationen in wohlhabenden Ländern entsprechen dem Leitbild eines «Media Commons» insgesamt stärker als öffentliche Rundfunkorganisationen in weniger wohlhabenden Ländern –bestätigt werden.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

8 Schluss und Ausblick

Entspricht der öffentliche Rundfunk einem «Media Commons»? Und weisen öffentliche Rundfunkorganisationen in verschiedenen Ländern die Merkmale dieses «Media Commons» auf? Diese zwei Fragen wurden in der vorliegenden Studie untersucht. Im ersten Teil dieses Buches wurde die theoretische Antwort gegeben: Basierend auf Forschungsliteratur zu den Commons wurden fünf Perspektiven zur Analyse von «Media Commons» vorgeschlagen: Aufgabe, Organisationsstruktur, Kollaboration, Zugang zu Inhalten und Outcome. Mithilfe von Forschungsliteratur aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wurden dazu 18 Merkmale und entsprechende Forderungen an Medienorganisationen herausgearbeitet und schließlich sieben Thesen zur Eignung des öffentlichen Rundfunks als «Media Commons» formuliert. Im zweiten Teil des Buches wurde die empirische Antwort gegeben: Die 18 Merkmale wurden operationalisiert und zur Analyse von 30 öffentlichen Rundfunkorganisationen in 16 Ländern benutzt.

Die empirische Analyse zeigte, dass ein Drittel der 30 untersuchten öffentlichen Rundfunkorganisationen – ARD, BBC, NPO, NRK, RTÉ, SR, SRG, SVT, TG4 und Yle – insgesamt den Status eines «Media Commons» erreichen. Alle anderen untersuchten Organisationen wurden als «Grenzfall» eingestuft, keine als «Tragödie». Der Vergleich der verschiedenen Merkmale hat zudem gezeigt, dass der öffentliche Rundfunk bei der Organisationstruktur, beim Zugang zu den Inhalten und beim Outcome in der Regel einem «Media Commons» entspricht, nicht jedoch bei der Kollaboration. Schließlich wurde durch die Kontextualisierung sichtbar, dass öffentliche Rundfunkorganisationen in demokratisch-korporatistischen, kleinen und wohlhabenden Ländern einem «Media Commons» tendenziell eher entsprechen, als solche in liberalen, großen und weniger wohlhabenden Ländern. Insgesamt kann resümiert werden, dass öffentliche Rundfunkorganisationen einige, aber nicht alle Merkmale eines «Media Commons» aufweisen.

In diesem abschließenden Kapitel wird die vorliegende Studie einer kritischen Würdigung unterzogen. Zuerst wird noch einmal gezeigt, warum der neue Leitbegriff eines «Media Commons» im digitalen Zeitalter relevant ist – für den öffentlichen Rundfunk aber potenziell auch für andere Medienorganisationen. Dann werden vier konzeptionelle und methodi-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sche Herausforderungen beschrieben, denen diese Studie begegnet ist: Erstens die Anwendung der Commons im digitalen Bereich, zweitens die Komplexität des Medien- bzw. Medienorganisationsbegriffs, drittens die Schwierigkeit einer ländervergleichenden medienpolitischen Analyse und viertens die methodischen Eigenheiten der Dokumentenanalyse. Schließlich wird, im Sinne eines Ausblicks, an die Verantwortung der «Media Commoners» appelliert: Wir alle sind aus Sicht dieser Theorie mitverantwortlich dafür, dass es auch im digitalen Zeitalter gesellschaftliche Medienorganisationen bzw. «Media Commons» gibt.

8.1 Ein Leitbegriff für Medienorganisationen im digitalen Zeitalter

Die westlichen Länder Europas und des Commonwealth sind das «heartland of traditional public service broadcasting» (Raboy 1995: 2). Das vom britischen Ingenieur und ersten BBC-Generaldirektor John Reith in den 1920er-Jahren erdachte Modell des «Public Service Broadcasting», mit seinem Credo «to inform, to educate, to entertain», konnte sich bis heute halten. Die medienpolitische Diskussion darüber, ob es das Modell braucht, ist jedoch ein Dauerbrenner und wird auch im digitalen Zeitalter weitergeführt. Gemäß Bonfadelli, Meier und Schanne (vgl. 1998: 9) war der öffentliche Rundfunk auch seit seiner Gründung Gegenstand von kritisch geführten, öffentlichen Debatten. Die drei Autoren nennen dies die «endlose Krise des öffentlichen Rundfunks». Die geäußerte Kritik bezieht sich gemäß Coppens und Saeys (vgl. 2006: 261) in der Regel auf folgende Aspekte:

> «The accusations levelled at public broadcasting systems range from paternalism to inefficiency, from a commercialized approach to partisanship or a too docile attitude to whatever government happens to be in power, the latter criticism being a constantly recurring sore point.»

Entsprechend sind sich Forschende über die Frage, inwiefern die aktuellen Herausforderungen eine tiefgreifende Krise des öffentlichen Rundfunks darstellen, oder ob sich die geäußerte Kritik im üblichen Rahmen bewegt, nicht immer einig.

Unbestritten ist, dass der öffentliche Rundfunk seit dem Eintritt ins digitale Zeitalter mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert ist, die seine Legitimität infrage stellen (siehe Kapitel 2.3.3). Angesichts der Konkurrenz durch die sozialen Medien und sinkender Nutzungszahlen bei jüngeren Generationen sind die «Public Service Broadcaster» unter Druck,

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sich als «Public Service Media» neu zu erfinden. Dies stößt aber auf Widerstand von Presseverlagen, die selbst auf der Suche nach digitalen Geschäftsmodellen sind und deshalb öffentlich finanzierte Medienorganisationen im öffentlichen Diskurs regelmäßig als unfaire Marktverzerrung bezeichnen. Um sich dagegen zu wehren, haben die öffentlichen Rundfunkorganisationen in Europa – erneut unter der Führung der BBC – bereits vor 15 Jahren den Leitbegriff des «Public Value» aufgegriffen (vgl. Steemers 2004: 103). Dieser besagt, dass öffentliche Organisationen einen «gesellschaftlichen Mehrwert» liefern und diesen zudem gegenüber der Gesellschaft transparent machen müssen.

Auch die vorliegende Studie geht davon aus, dass Leitbegriffe für die Legitimation des öffentlichen Rundfunks als gesellschaftliche Medienorganisation wichtig sind. Denn um als legitim zu gelten müssen die Aktivitäten einer Organisation verstanden und als wünschenswert, richtig und gerechtfertigt eingeschätzt werden (vgl. Suchman 1995: 574). Der hier vorgeschlagene neue Leitbegriff des «Media Commons» denkt «Public Value» einen Schritt weiter: Statt nur die Medieninhalte als wichtige gesellschaftliche Güter zu beschreiben, erfasst das «Media Commons» auch die Struktur der untersuchten Medienorganisation, ihre Arbeits- und Entscheidungsprozesse. Es bietet ein alternatives «Philosophical Framework» (vgl. Bolier 2008: 32), um nicht nur über die Zukunft des öffentlichen Rundfunks zu sprechen, sondern generell über die Merkmale gesellschaftlicher Medienorganisationen und dem fairen und gerechten Umgang mit den von ihnen geteilten digitalen Ressourcen.

Angesichts der Tatsache, dass neue Intermediäre[17], insbesondere die sozialen Medien, den traditionellen Medien immer mehr den Rang ablaufen (vgl. Jarren 2019: 15) stellt sich die Frage, ob diese auch die Rolle von «Media Commons» einnehmen könnten. Das in dieser Studie vorgeschlagene fünfteilige Raster zur Analyse von «Media Commons» kann, wie bereits vorgeschlagen wurde (siehe Kapitel 4.2) grundsätzlich auch auf diese Organisationen angewendet werden. Jarrens' (2019) Aufsatz liefert für eine entsprechende Analyse von sozialen Netzwerken wie Facebook bereits einige Antworten: Soziale Medien bieten grundsätzlich Zugang zu Inhalten und erreichen damit viele Menschen, jedoch produzieren sie selbst vorläufig keinen (Qualitäts-)Journalismus (Perspektive 1, 4, 5). Sie ermöglichen den

17 Sogenannte «Internet Intermediäre» stellen die Infrastruktur und die Plattformen des Internets bereit und ermöglichen Kommunikation und Transaktion zwischen Dritten, dazu gehören neben Internetanbietern und Suchmaschinen auch partizipative soziale Netzwerke (OECD 2011: 11)

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Nutzerinnen und Nutzern kollaborative Produktion (Perspektive 3), jedoch keine Beteiligungsmöglichkeiten in der Organisationsstruktur. Soziale Medien sind staatsfern, aber oft «zutiefst kapitalistisch organisiert und orientiert» (Jarren 2019: 19) (Perspektive 2). Aus Sicht des hier entwickelten Leitbegriffs dürften soziale Media also insgesamt weniger Punkte erhalten als öffentliche Rundfunkorganisationen. Man könnte auch argumentieren, dass es sich hier, wegen der fehlenden eigenen Inhaltsproduktion nicht um «Media Commons», sondern um «Communication Commons» (siehe Kapitel 3.3.1) handelt.

Es ist zudem denkbar, dass der öffentliche Rundfunk selbst einige Funktionen solcher neuer Intermediäre übernimmt. Gemäß Burri (2015: 195–223) sollen neben die Produktion qualitativ hochwertiger Inhalte zwei weitere essenzielle Funktionen treten: Erstens soll der öffentliche Rundfunk zum «Navigator» werden, der den Zugang zu Medieninhalten moderiert und dabei das öffentliche Interesse im Blick hat. Diese Funktion könne in die bestehende Angebotsstruktur eingebettet werden, oder als eigenständiger Service im Sinne eines «Public Service Navigators» angeboten werden. Die zweite neue Funktion, die Burri für den öffentlichen Rundfunk vorschlägt, ist die einer «Memory Institution». Hier geht es vor allem um eine systematische Archivierung von Medieninhalten als Zeitdokumente, wie sie in dieser Studie ebenfalls an mehreren Stellen besprochen wurde. Noch weiter geht der Vorschlag von Fuchs (2017, 2018; 69–71), der fordert, dass die öffentlichen Rundfunkorganisationen als Grundlage für ein «Public Service Internet» dienen sollen.

8.2 Konzeptionelle und methodische Herausforderungen

Eine konzeptionelle Herausforderung dieser Studie war der Stand der **Forschung im Bereich der «Digitalen Commons»**. Im Bereich der natürlichen Ressourcen ist die Anwendung des Konzepts etabliert und unter den Sozialwissenschaftlerinnen und Sozialwissenschaftlern auch allgemein bekannt. Insbesondere Garret Hardins‘ (1968) Erzählung zur «Tragödie der Commons» und die von Elinor Ostrom erforschten «Common Pool Ressourcen» kennen die meisten. Bezüglich der Erforschung digitaler Ressourcen machten Hess und Ostrom (2007b: 5) und Bollier (2007: 28) im Sammelband «Governing the Knowledge Commons» hingegen folgende, heute noch zutreffende Aussage: Die Anwendung des Konzepts auf digitale, geistige, oder immaterielle Güter ist noch nicht ausgereift und auch nicht allgemein bekannt. Bollier (ebd.) fasst die Situation wie folgt zusammen:

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

> «Applying ‚the commons' to such intellectual and intangible endeavours may strike some people as odd, given the history of the term. The commons is traditionally associated with plots of land – and the supposed tragedy that results from its overexploitation by free riders.»

Weder die Commons-Forschung noch die Ansätze, die Medien und Commons verbinden, machen eindeutige Angaben dazu, welche Merkmale eine Medienorganisation aufweisen muss, um als «Media Commons» zu gelten. Stattdessen ist der Bereich in drei Denkschulen aufgespalten: Commons können als «Common Goods», als «Common-Pool-Resources», oder als Ergebnis kollektiven Handelns verstanden werden. Diese Denkschulen vertreten unter anderem bezüglich der Rolle des Staates oder der idealen Größe eines Commons widersprüchliche Grundannahmen (siehe Kapitel 3.1 und 3.4.1). Diese widersprüchlichen Grundannahmen dürften ein Grund dafür sein, dass die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft das Konzept bisher nicht in ihr Curriculum aufgenommen hat und es deshalb nur wenige Forschende anwenden.

Eine weitere konzeptionelle Herausforderung dieser Studie ist die **Komplexität des Medien- bzw. Medienorganisationsbegriffs**. Medienorganisationen sind vielschichtige Untersuchungsgegenstände, die sich nur schwer in ihrer Gesamtheit erfassen lassen. Gerade die Theorie der Commons bietet jedoch eine theoretische Grundlage, um institutionelle Arrangements in ihrer Gesamtheit (vgl. Moe 2011: 65) zu erfassen. Dass es an einer solchen gesamtheitlichen Sicht auf den öffentlichen Rundfunk bisher fehlt, hat das Buch «Bausteine einer Theorie des öffentlichen Rundfunks» (Ridder et al. 2005) klar aufgezeigt. Die vorliegende Studie untersuchte diese Medienorganisationen deshalb anhand von 18 Merkmalen, die fünf verschiedenen Perspektiven – Auftrag, Organisationsstruktur, Kollaboration, Zugang zu Inhalten und Outcome – zugeordnet sind.

Aufgrund ihrer Breite bleibt die vorliegende Studie bei der Untersuchung der einzelnen Merkmale gezwungenermassen an der Oberfläche. Jedem einzelnen Aspekt – beispielsweise der Formulierung des Auftrags, der Praxis bei der Vergabe von Rechten, oder der Messung der Performanz – könnten eigene Forschungsprojekte gewidmet werden. Hier wurde stattdessen versucht, auf Basis ausgewählter Studien ein Gesamtbild zu erhalten. Die Entscheidung, nicht nur die «üblichen Verdächtigen» (Raats/Pauwels 2011: 20), sondern alle öffentlichen Rundfunkorganisationen in den untersuchten Ländern zu integrieren, hat die Komplexität des Projekts noch erhöht. Wichtig ist aber, dass die hier vorgeschlagenen und analysierten Merkmale, ihre Operationalisierung und die für den Vergleich festgelegten «Schwellen» (siehe Kapitel 5.2) keineswegs als einzige mögliche Lö-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sung, sondern als ein Vorschlag zu verstehen sind. Eine solche Einordnung ist nötig, um überhaupt eine Vergleichsbasis für die Diskussion zu schaffen. Dass bezüglich der Evaluation und des anzustrebenden «Outcomes» von Commons im Bereich der Informations- und Wissensressourcen noch viel Klärungsbedarf besteht, hat Cole (2014: 60–63) am Beispiel des geistigen Eigentums beschrieben. Die Forschung von Elinor Ostrom zu den natürlichen Ressourcen gebe dazu nur unzureichende Anhaltspunkte.

Eine methodologische Herausforderung dieser Studie war denn auch der groß angelegte **Länder- bzw. Organisationsvergleich**. Die Frage, ob öffentliche Rundfunkorganisationen die Merkmale eines «Media Commons» aufweisen, sollte anhand von möglichst vielen Fällen überprüft werden. Gemäß Puppis (2010: 97–98) stoßen medienpolitische Vergleiche aber an Grenzen, insbesondere dann, wenn sie nicht von einer internationalen Forschungskooperation, sondern von einer Einzelperson durchgeführt werden. Weil Forschende nicht alle untersuchten Länder so gut kennen wie ihr eigenes, komme es in vergleichenden Studien fast zwangsläufig zu Fehlern, Fehlinterpretationen oder Missverständnissen. Dieses Problem adressieren auch Jarren et al. (2001: 20) für den Vergleich öffentlicher Rundfunkorganisationen – sie relativieren es aber auch:

> «Der Vergleich der unterschiedlichen Institutionalisierung von Service public […] birgt die Gefahr, dass komplexe Entscheidungs- und Wirkungszusammenhänge vereinfacht oder gar übersehen werden. […] Diese Probleme gilt es […] zu berücksichtigen. Sie sind jedoch kein Grund, dieses Verfahren nicht anzuwenden» (Jarren et al. 2001: 20).

Wichtig ist in diesem Zusammenhang ein transparenter, regelgeleiteter Forschungsprozess, der es erlaubt, die getroffenen Entscheidungen nachzuvollziehen. Darauf wurde in der vorliegenden Studie – insbesondere durch die detaillierte Beschreibung im Kapitel 6 – viel Wert gelegt.

Eine weitere Möglichkeit, potenzielle Fehler, Fehlinterpretationen und Missverständnisse auszuräumen, wäre zudem eine «Triangulation» (vgl. Flick 2011) durch die Verwendung einer zweiten Forschungsmethode. Die hier durchgeführte Dokumentenanalyse – die Standardmethode der Medienpolitikforschung (vgl. Karppinen/Moe 2012: 179) – könnte beispielsweise in einem nächsten Schritt durch Interviews mit Expertinnen und Experten in den verschiedenen Ländern kontrastiert und vertieft werden. Auch eine Beobachtung vor Ort, wie sie Elinor Ostrom oft durchgeführt hat, wäre denkbar. Schließlich wären zudem großangelegte Inhaltsanalysen nötig, um die bereitgestellten Medieninhalte und ihre Qualität bzw. Performanz zu vergleichen. Was die Studie aber bereits jetzt auszeichnet, ist ihre klare

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

theoretische Basis, die gemäß Woldt (vgl. 2005: 308) in vielen vergleichenden Studien zum öffentlichen Rundfunk fehlt.

Eine weitere methodologische Herausforderung dieser Studie war die **Durchführung der Dokumentenanalyse**. Diese Methode bietet sich zur Analyse von öffentlichen Rundfunkorganisationen und ihrer Regulierung an, da diese in zahlreichen, öffentlich zugänglichen Dokumenten festgehalten sind (siehe Kapitel 5.3). Gemäß Karppinen und Moe (2019: 4–7) ist der größte Vorteil der Dokumentenanalyse, dass sie effizient und kostengünstig ist. Dies war auch der Grund, warum in der vorliegenden Studie ein solch breiter Länder- und Organisationsvergleich durchgeführt und damit die Vielfalt westlicher öffentlicher Rundfunksysteme abgebildet werden konnte. Nachteile der Methode sind, dass sich Dokumente aus verschiedenen Kontexten oft nur schwer vergleichen lassen und dass die für das Forschungsvorhaben relevanten Dokumente allenfalls nicht zugänglich oder verfügbar sind.

Auch die vorliegende Studie musste sich bei der Operationalisierung der 18 Merkmale eines «Media Commons» an verfügbaren Dokumenten orientieren. Am deutlichsten zeigte sich die damit verbundenen Schwierigkeiten beim Outcome: So lieferte beispielsweise der Media-Pluralism-Monitor vergleichbare Daten für die Länder der Europäischen Union, nicht jedoch für Australien, Kanada, Neuseeland, Norwegen und die Schweiz. Gleichzeitig ist der Monitor kein idealer Ersatz für eine fehlende international vergleichende, unabhängige Qualitätsstudie zu den Leistungen bzw. der Performanz des öffentlichen Rundfunks. Eine Anwendung des «Media Commons» auf andere Medienorganisationstypen oder auf solche in nichtwestlichen Länder dürfte diesbezüglich noch mehr Schwierigkeiten bereiten. Nichtsdestotrotz ist beides ein Forschungsdesiderat. Gerade Vergleiche anhand eines «Most Different Systems»-Designs dürften die Eigenarten westlicher öffentlicher Rundfunkorganisationen klar sichtbar machen und wichtige Erkenntnisse zu den Medien außerhalb des «heartland of traditional public service broadcasting» (Raboy 1995: 2) bringen.

8.3 Ausblick: Die Zukunft der «Media Commons»

Die vorliegende Studie kommt zu dem Schluss, dass der öffentliche Rundfunk bezüglich einiger, aber nicht bezüglich aller Merkmalen der Vorstellung eines «Media Commons» entspricht. Sollten sich öffentliche Rundfunkorganisationen also als «Media Commons» beschreiben wollen, müssten sie zuerst die Merkmale weiterentwickeln, bei denen sie als «Grenz-

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

fall» oder «Tragödie» evaluiert wurden. Bereits jetzt dürfte es aber in den meisten untersuchten Ländern schwierig werden, eine andere Medienorganisation auf nationaler Ebene zu finden, die dem Ideal einer gesellschaftlichen Medienorganisation näherkommt als der öffentliche Rundfunk. Öffentliche Rundfunkorganisationen sind jedoch, wie hier abschließend kurz gezeigt wird, vielerorts unter Druck, eingespart zu werden. Obwohl diese Einsparungen durch Parteien und Regierungen beschlossen werden, sind alle Gesellschaftsmitglieder – also alle «Media Commoners» – indirekt dafür mitverantwortlich.

Ein erstes Beispiel für eine öffentliche Rundfunkorganisation, die aktuell mit einem gekürzten Budget auskommen muss, ist DR. Die Dänische Volkspartei hat 2018 beschlossen, das Budget für den öffentlichen Rundfunk bis 2023 um 20% zu reduzieren. Gleichzeitig hat sie festgelegt, dass die bisherige Rundfunkgebühr bis 2022 in einen Beitrag aus dem Steuerhaushalt umgewandelt wird (Kulturministeriet 2018: 1). Ein zweites Beispiel ist die 2017 angekündigte Einsparung von EUR 51 Mio. bei NPO – eine weitere, durch die niederländische Regierung angeordnete Sparrunde. Im Jahresbericht schreibt NPO (vgl. 2018: 30), dass dies inhaltliche Konsequenzen haben werde und ein Qualitätsverlust nicht zu vermeiden sei. Denn es sei dem NPO aufgrund der geltenden Regulierung nicht möglich, andere Einnahmen zu generieren. Ein drittes Beispiel für eine aktuelle Budgetkürzung ist die SRG. Trotz hoher Zustimmung zum öffentlichen Rundfunk in der «No Billag»-Abstimmung am 4. März 2018[18], verkündete die Geschäftsleitung noch am Abend der Abstimmung eine Einsparung von CHF 100 Mio. (vgl. Tischhauser 2018).

Diese Einsparungen mindern, wie vom NPO skizziert, die Reichhaltigkeit und Nachhaltigkeit der bereitgestellten Ressourcen. Und sie schwächen die öffentlichen Rundfunkorganisationen als Ganzes. Aus einer ökonomischen Sicht, die im digitalen Zeitalter vor allem einen Rückgang an Marktversagen für Medieninhalte konstatiert (siehe Kapitel 2.3.3), mag diese Entwicklung wünschenswert sein. Aus einer politökonomischen oder gesellschaftlichen Sicht, die dem öffentlichen Rundfunk auch im digitalen Zeitalter eine wichtige Rolle zugesteht, ist sie alarmierend. Aus der Sicht der «Media Commons» kann man argumentieren, dass für eine Verarmung der öffentlichen Kommunikation nicht allein die Politik oder die

18 Die Volksinitiative «Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren (Abschaffung der Billag-Gebühren)» (kurz: «No Billag») wurde am 4. März 2018 von 71.56% der Stimmenenden und von allen Kantonen abgelehnt (vgl. Tischhauser 2018: o.S.).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Regierungen verantwortlich sind, sondern wir alle. Qualitativ hochwertige Medieninhalte und insbesondere Journalismus sind eine geteilte Ressource und der Zugang zu ihnen kann vor allem dann sichergestellt werden, wenn wir uns über die Art der Bereitstellung und Finanzierung gesamtgesellschaftlich einigen. Dafür sind wir als «Media Commoners» gemeinsam verantwortlich. Wer sich also nicht gegen die durch Politik und Regierung beschlossenen Kürzungen beim öffentlichen Rundfunk einsetzt, oder für eine Neudefinition dieser Medienorganisationen im digitalen Zeitalter, nimmt in Kauf, dass es bezüglich der öffentlichen Kommunikation mittel- oder langfristig zu einer «Tragödie» kommt.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Literaturverzeichnis

Hier befinden sich alle Quellen mit Ausnahme der Dokumente, die im Kapitel 6 zitiert werden. Diese befinden sich weiter hinten im Buch in einem separaten, nach Ländern geordneten Dokumentenverzeichnis.

Achille, Yves/Miège, Bernard (1994): The Limits to the Adaptation Strategies of European Public Service Television. In: Media, Culture & Society 16 (1), S. 31–46.

Adorno, Theodor W. (1999 [1963]): Résumé über Kulturindustrie. In: Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Britta (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die massgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA, S. 202–208.

Armstrong, Mark/Weeds, Helen (2007): Public service broadcasting in the digital world. In: Paul Sea-bright/Jürgen von Hagen (Hrsg.): The economic regulation of broadcasting markets. Evolving technology and the challenges for policy. Cambridge: Cambridge Univ. Press, S. 81–149.

Arnold, Dirk (2014): Medienregulierung in Europa. Vergleiche der Medienregulierungsinstrumente und -formen der EU-Mitgliedstaaten vor dem Hintergrund technischer Konvergenz und Europäisierung. Baden-Baden: Nomos.

Atteslander, Peter (1971): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin/New York: Walter de Gruyter.

Averbeck-Lietz, Stefanie (2013): Publizistikwissenschaft. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer VS, S. 286.

Baldi, Paolo (2007): Media Accountability in Europe: A Fragmented Picture. In: Baldi, Paolo/Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Broadcasters and Citizens in Europe. Bristol: Intellect, S. 19-32.

Baldi, Paolo/Hasebrink, Uwe (2007): Broadcasters and Citizens in Europe. Bristol: Intellect.

Bardoel, Jo (2008): Public Broadcasting Systems. In: Donsbach, Wolfgang (Hrsg.): The International Encyclopedia of Communication. Vokume IX. Malden: Blackwell, S. 3952-3956.

Bardoel, Jo/Lowe, Gregory F. (2007): From Public Service Broadcasting to Public Service Media. The Core Challenge. In: Lowe, Gregory F./Bardoel, Jo (Hrsg.): From Public Service Broadcasting to Public Service Media. Göteborg: Nordicom, S. 9–26.

Bardoel, Jo/d'Haenens, Lene (2008): Reinventing public service broadcasting in Europe: prostects, promises and problems. In: Media, Culture & Society 30 (3), S. 337-355.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Beck, Klaus (2013): Kommunikationswissenschaft. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer VS, S. 163–164.

Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt: Suhrkamp.

Benkler, Yochai (1998): Overcoming Agoraphobia: Building the Commons of the Digitally Networked Environment. In: Harvard Journal of Law and Technology 11 (2), S. 287–400.

Benkler, Yochai (2003): Freedom in the Commons: Towards a Political Economy of Information. In: Duke Law Journal 52 (6), S. 1245–1276.

Benkler, Yochai (2006): The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven/London: Yale University Press.

Bentele, Günter (2013): Medienwissenschaft. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer VS, S. 227.

Blum, Roger (2014): Lautsprecher und Widersprecher. Ein Ansatz zum Vergleich der Mediensysteme. Köln: Herbert von Halem.

Blumler, Jay G. (1993): Meshing Money with Mission: Purity versus Pragmatism in Public Broadcasting. In: European Journal of Communication, 8 (4), S. 403–424.

Blumler, Jay G./Coleman, Stephen (2001): Realising Democracy Online: A Civic Commons in Cyberspace. Edited by IPPR (Citizens Online Reserach Publication, 2).

Bollier, David (2002): Relaiming the Commons. Why we need to protect our public resources from private encroachment. In: http://bostonreview.net/archives/BR27.3/bollier.html (01.05.2019).

Bollier, David (2007): The Growth of the Commons Paradigma. In: Hess, Charlotte/Ostrom, Elinor (Hrsg.): Understanding knowledge as a commons. From theory to practice. Cambridge, Mass: MIT Press, S. 27–40.

Bonfadelli, Heinz/Meier, Werner A./Schanne, Michael (1998): Öffentlicher Rundfunk und Kultur. Die SRG zwischen gesellschaftlichem Auftrag und wirtschaftlichem Kalkül. Diskussionspunkt 36. Zürich: IPMZ.

Bonfadelli, Heinz/Keel, Guido/Marr, Mirko/Wyss, Vinzenz (2011): Journalists in Switzerland: Structures and Attitudes. In: Studies in Communication Sciences 11 (2), S. 7–26.

Bornemann, Roland (2018): Ordnungswidrigkeiten in Rundfunk und Telemedien. 6. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer.

Bosshart, Stefan (2017): Bürgerjournalismus im Web. Kollaborative Nachrichtenproduktion am Beispiel von "Wikinews". Konstanz: UVK.

Boyle, James (2003): The second enclosure movement and the construction of the Public Domain. In: Law and Contemporary Problems 66 (1–2), S. 33–74.

Braman, Sandra (2010): Legal Globalization and the Public Sphere. In Moe, Hallvard/Gripsrud, Jostein (Hrsg.): The Digital Public Sphere. Challenges for Media Policy. Göteborg: Nordicom, S. 143–162.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Brants, Kees/Siune, Karen (1992): Public Broadcasting in a State of Flux. In: Siune, Karen/Truetzschler, Wolfgang (Hrsg.): Dynamics of media politics. Broadcast and electronic media in Western Europe. London/Newbury Park/New Delhi: SAGE, S. 101–115.

Bridge, Mark (2018): Facebook Switches from tech firm to a publisher. The Times vom 3. Juni 2018. In: https://www.thetimes.co.uk/article/facebook-switches-from-tech-firm-to-a-publisher-55tdx263g (03.06.2019).

Briggs, Asa (1961). The Birth of Broadcasting: The History of Broadcasting in the United Kingdom, Bd. 1. Oxford: Oxford University Press.

Brogi, Elda/Nenadic, Iva/De Azevedo Cunha, Mario (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & TurkeyPolicy Report 2018. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/60773/CMPF_PolicyReport2017.pdf (05.06.2019).

Buck, Susan J. (1998): The global commons. An introduction. Washington, D.C: Island Press.

Burri, Mira (2015): Public Service Broadcasting 3.0. Legal design for the digital present. Milton Park/New York: Routledge.

Carpentier, Nico/Lie, Rico/Servaes, Jan (2003): Is There a Role and Place for Community Media in the Remit? In: Lowe, Gregory F./Hujanen, Taisto (Hrsg.): Broadcasting & Convegence: New Articulations oft the Public Service Remit. Göteborg: Nordicom, S. 239–254.

Carson, Andrea (2015): Behind de newspaper paywall – lessons in charging for online content: a comparative analysis of why Australian newspapers are stuck in the purgatorial space between digital and prind. In: Media, Culture & Society 37 (7), S. 1022–1041.

Christl, Reinhard/Süssenbacher, Daniela (2010): Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa. ORF, BBC, ARD & Co auf der Suche nach dem Public Value. Wien: Falter.

CMPF (o.J.): Media Pluralism Monitor. In: http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/ (03.05.2019).

Cole, Daniel H. (2014): Learning from Lin: Lessons and Cautions from the Natural Commons for the Knowledge Commons. In: Frischman, Brett M./Madison, Michael J./Standburg, Katherine J. (Hrsg.): Governing the Knowledge Commons. Oxford: Oxford Unviersity Press, S. 45–68.

Coleman, Sarah/Dyer-Witheford, Nick (2007): Playing on the digital commons: collectivities, capital and contestation in videogame culture. In: Media, Culture & Society 29 (6), S. 934–953.

Coleman, Stephen (2002): From Service to Commons. Re-inventing a space for public communication. In: Tambini, Damian/Cowling, Jamie (Hrsg.): From public service broadcasting to public service communications. London: IPPR.

Couldry, Nick/Turow, Joseph (2014): Advertising, big data and the clearance of the public realm: marketers' new approaches to the content subsidy. In: International Journal of Communication 8, S. 1710–1726.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Council on Library and Information Resources (2010): The Idea of Order. Transforming research collections for 21st century scholarship. Washington: Council on Library and Information Resources.

Credit Suisse (2018): The Global Wealth Databook 2018. In: https://www.credit-suisse.com/media/assets/corporate/docs/about-us/research/publications/global-wealth-databook-2018.pdf (30.05.2019).

Dahlberg, Lincoln (2001): The internet and democratic discourse. Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. In: Information, Communication and Society 4 (4), S. 615–633.

DCMS (2016): Public Service Broadcasting Contestable Fund Consultation. Department for Culture, Media & Sport, December 2016. In: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/579276/CFConsultationFinalDraft.pdf (04.06.2019).

de Moor, Tine (2012): Von der Allmende zu den globalen commons: Eine historische Analyse interdisziplinärer Annäherungen an die commons. In: Juridikum 23 (2), S. 186–197.

De Jonge Akademie (2014): Tine de Moor new President-Elect of the International Association for the Study of the Commons. In: https://www.dejongeakademie.nl/en/news/nieuws/tine-de-moor-new-president-elect-of-the-international-association-for-the-study-of-the-commons (03.06.2019).

De Sola Pool, Ithiel (1984): Technologies of Freedom. On free speech in an electronic age. Cambridge, MA/London: Harvard University Press.

De Vreese, Claes H./Neijens, Peter (2016): Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment. Introduction tot he special issue. In: Communication Methods and Measures 10 (2-3), S. 69–80.

Dobusch, Leonhard (2012): Wesen und Wirken der Wissensallmende. In: Juridikum 23 (2), S. 215–222.

Donders, Karen/Moe, Hallvard (2011): Exporting the Public Value Test. The Regulation of Public Broadcasters' New Media Services Across Europe. Göteborg: Nordicom.

Donders, Karen (2012): Public service media and policy in Europe. Houndmills/Basingstoke/Hampshire/New York: Palgrave Macmillan.

Donges, Patrick (2006): Medien als Institutionen und ihre Auswirkungen auf Organisationen. Pespektiven des soziologischen Neo-Institutionalismus für die Kommunikationswissenschaft. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 54 (4), S. 563–578.

Donges, Patrick (2007): Von der Medienpolitk zur Media Governance? Köln: Herbert von Halem Verlag.

Donk, André/Trappel, Josef (2011): Indicators and Definitions. In: Trappel, Josef/Nieminen, Hannu/Nord, Lars (Hrsg.): The Media for Democracy Monitor. A Cross National Study of Leading News Media. Göteborg: Nordicom, S. 29–50.

Doyle, Gilian (2002): Understanding Media Economics. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Doyle, Gillian/Paterson, Richard (2008): Public Policy and Interdependent Television Production In the U.K. In: Journal of Media Business Studies 5 (3), S. 17-33.

DSW (2018): DSW-Datenreport 2018. Soziale und demografische Daten weltweit. In: https://www.dsw.org/wp-content/uploads/2018/08/DSW-Datenreport-2018_final.pdf (30.05.2019).

Ehnes, Ulrike/Labriola, Patrick/Schiffer, Jürgen (2001): Politisches Wörterbuch zum Regierungssystem der USA: englisch-deutsch, deutsch-englisch. München: Oldenbourg.

Elstein, David (2004): Building Public Value: a new definition of public service broadcasting? 19th IEA Current Controversies Paper. Institute of Economic Affairs. London, 24.09.2004.

Esser, Frank (2010): Komparative Kommunikationswissenschaft. NCCR (Working Paper, 41). In: http://www.nccr-democracy.uzh.ch/publications/workingpaper/pdf/WP_41.pdf (01.05.2019).

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (2003): Co-Regulation of the Media in Europe. IRIS Spezial. Strasbourg: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle.

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (2007): Rechtliche Aspekte von Video-on-Demand. IRIS Spezial. Strasbourg: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle.

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (2012): Must-Carry: Renaissance oder Reformation? IRIS Spezial. Strasbourg: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle.Europäische Kommission (o.J.): Public Opinion. In: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm (01.05.2019).

European Broadcasting Union (o.J.): Relevance of Free-to-Air distribution for Public Service Media (PSM). Fact Sheet. In: https://tech.ebu.ch/docs/factsheets/ebu_tech_fs_fta_for_psm.pdf (02.09.2019).

European Broadcasting Union (2018): 50 Ways to make it better. News Report 2018. Building audience and trust. Genf: EBU.

Feintuck, Mike/Varney, Mike (2006): Media Regulation, Public Interest and the Law. 2. Auflage. Edinburgh: Oxford University Press.

Fengler, Susanne/Eberwein, Tobias/Alsius, Salvador/Baisnée, Olivier/Bichler, Klaus/Dobek-Ostrowska, Boguslawa/Evers, Huub/Glowacki, Michal/Groenhart, Harmen/Harro-Loit, Halliki/Heikkilä, Heikki/Jempson, Mike/Karmasin, Matthias/Lauk, Epp/Lönnendonker, Julia/Mauri, Marcel/Mazzoleni, Gianpietro/Pies, Judith/Porlezza, Colin/Powell, Wayne/Radu, Raluca/Rodriguez, Ruth/Russ-Mohl, Stephan/Schneider-Mombaur, Laura/Splendore, Sergio/Väliverronen, Jari/Zambranofög Sandra V. (2015): How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists. In: European Journal of Communication 30 (3), S. 249–266.

Flick, Uwe (2011): Triangulation. In: Oelerich Gertrud/Otto Hans-Uwe (Hrsg.): Empirische Forschung und Soziale Arbeit. Ein Studienbuch. Wiebaden: VS Verlag, S. 323-328.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (o.J.): Jahrbuch Qualität der Medien. In: https://www.qualitaet-der-medien.ch/ (01.05.2019).

Forrest, Charles/Halbert, Martin (2009): A field guide to the information commons. Lanham: Scarecrow Press.

Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München/Wien: Carl Hanser Verlag.

Freedom House (2017a): United Kingdom. In: https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/united-kingdom (03.06.2019).

Freedom House (2017b): France. In: https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/france (03.06.2019).

Freedom House (2017c): Italy. In: https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/san-marino (03.06.2019).

Frischmann, Brett M./Madison, Michael J./Strandburg, Katherine J. (2014, Hrsg.): Governing the Knowledge Commons. Oxford: Oxford University Press.

From, Unni (2005): Domestically Produced TV-drama and Cultural Commons. In: Lowe, Gregory F./Jauert, Per (Hrsg.): Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting. Ripe@2005. Göteborg: Nordicom, S. 163–177.

Fuchs, Christian (2017): Towards the Public Service Internet as Alternative to the Commercial Internet. In: ORF (Hrsg.): Öffentlich-Rechtliche Qualität im Diskurs. Texte 20 (2017), S. 43–50.

Fuchs, Christian (2018): The Online Advertising Tax as the Foundation of a Public Service Internet. London: University of Westminster Press. DOI: https://doi.org/10.16997/book23 (18.08.2019)

Fuster Morell, Mayo (2014): Governance of Online Creation Communities for the Building of Digital Commons: Viewed through the Framework of Institutional Analysis and Development. In: Frischmann, Brett/Madison, Michael/Strandburg, Katherine (Hrsg.): Governing the Knowledge Commons. Oxford, New York: Oxford University Press, S. 281-311.

Garcelon, Marc (2010): An information commons? Creative Commons and public access to cultural creations. In: New Media & Society 11 (8), S. 1307–1326.

Giddens, Anthony (1990): The Consequences of Modernity. Stanford: Stanford University Press.

Grubenmann, Stephanie/Russ-Mohl, Stephan (2016): Zusammenarbeit statt KonkurrenzKooperationsmöglichkeiten zwischen der SRG SSR und privaten Medienunternehmen in der Schweiz. Studie im Auftrag des Verbands Schweizer Medien. In: https://www.schweizermedien.ch/getattachment/Artikel/Medienmitteilung/2016/Private-Medienunternehmen-und-SRG-Zusammenarbeit-ist-moglich/160422_Studie_Zusammenarbeit_statt_Konkurrenz.pdf.aspx (03.06.2019).

Gundlach, Hardy (2011): Public Value in der Digital- und Internetökonomie. Köln: Halem.

Habermas, Jürgen (1984): The Theory of Communicative Action, Vol. One: Reason and the Rationalization of Society. Boston: Beacon Press.

Hall, Peter A./Taylor, Rosemary (1996): Political Science and the Three New Institutionalisms. In: Political Studies 44 (5), S. 936–957.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Hall, Peter A. (2009): Historical Institutionalism in Rationalist and Sociological Perspective. In: Mahoney, James/Thelen, Kathleen (Hrsg.): Explaining Institutional Change: Ambiguity, Agency, and Power. Cambridge: Cambridge University Press, S. 204–224.

Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo (2004). Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge/New York: Cambridge University Press.

Hardin, Garrett (1968): The Tragedy of the Commons. In: Science 162 (3859), S. 1243–1248.

Harrison, Kathryn/McIntosh Sundstrom, Lisa (2010): Global commons, domestic decisions. The comparative politics of climate change. Cambridge: MIT Press.

Hasebrink, Uwe/Herzog, Anja/Eilders, Christiane (2007): Media Users' Participation in Europe from a Civil Society Perspective. In: Baldi, Paolo/Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Broadcasters and citizens in Europe. Trends in media accountability and viewer participation. Bristol/Chicago: Intellect, S. 75–91.

Hasse Raimund/Krücken, Georg (2008): Institution. In: Baur, Nina/Korte, Hermann/Löw, Martina/Schroer, Markus (Hrsg.): Handbuch Soziologie. Wiesbaden: VS, S. 163–182.

Heikkilä, Heikki/Domingo, David/Pies, Judith/Glowacki Michal/Kus, Michal/Baisnée, Olivier (2012): Media Accountability Goes Online. A transnational study on emerging practices and innovations. MediaAcT Working Paper 14/2012.

Heinrich, Jürgen (1999): Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Heinrich, Jürgen (2002): Hörfunk und Fernsehen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Helfrich, Silke/Stein, Felix (2011): Was sind Gemeingüter? In: Aus Politik und Zeitgeschichte 61 (28-30), S. 9–15.

Helfrich, Silke/Bollier, David (2012): Commons als transformative Kraft. Zur Einführung. In: Helfrich, Silke/Heinrich-Böll-Stiftung (Hrgs.): Commons. Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat. Bielefeld: Transcript, S. 15–23.

Helberger, Natali (2015): Merely Facilitating or Actively Stimulating Diverse Media Choices? Public Service Media at the Crossroad. In: International Journal of Communication 9, S. 1324–1340.

Heller, Michael A. (1998): The Tragedy of the Anticommons: Property in the Transition from Marx to Markets. In: Harvard Law Review 111 (3), S. 622–688.

Herman Edward S./McChesney, Robert W. (1997): The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism. London/Washington: Continuum.

Hermida, Alfred (2010): E-democracy remixHrsg. Learning from the BBC's Action Network and the shift from a static commons to a participatory multiplex. In: JeDEM 2 (2), S. 119–130.

Hess, Charlotte/Ostrom, Elinor (2003): Ideas, Artifacts, and Facilities: Information as a Common-Pool Resource. In: Law and Contemporary Problems 66 (1; 2), S. 111–145.

Hess, Charlotte/Ostrom, Elinor (2007a): Understanding knowledge as a commons. From theory to practice. Cambridge: MIT Press.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Hess, Charlotte/Ostrom, Elinor (2007b): Introduction: An Overview of the Knowledge Commons. In Hess, Charlotte/Ostrom, Elinor (Hrsg.): Understanding knowledge as a commons. From theory to practice. Cambridge: MIT Press, S. 3–26.

Hess, Charlotte (2008): Mapping the New Commons. 12th Biennial Conference of the International Association for the Study of the Commons. University of Gloucestershire, Cheltenham, England, July 2008. In: http://ssrn.com/abstract=1356835 (01.05.2019).

Holtmann, Everhard (2000): Politik-Lexikon. München: Oldenbourg.

Horowitz, Minna (2018): Public Service Media and Information Disorder. Public Media Institutions at a Crossroads: Visions, Strategies, Tactics. Report for the Center for Media, Data and Society of the Central European University. In: https://cmds.ceu.edu/sites/cmcs.ceu.hu/files/attachment/article/1367/publicservicemediaandinformationdisorder.pdf (04.05.2019).

Hultén, Olof/Brants, Kees (1992): Public Service Broadcasting: Reactions to Competition. In: Siune, Karen/Truetschler, Wolfgang (Hrsg.): Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe. London, Newbury Park, New Delhi: SAGE, S. 116–128.

Humphreys, Peter J. (1996): Mass media and media policy in Western Europe. Manchester/New York: Manchester University Press.

Humphreys, Peter J. (2012): A political Scientist's Contribution to the Comparative Study of Media Systems in Europe: A Response to Hallin and Mancini. In: Just, Natascha/Puppis, Manuel (Hrsg.): Trends in communication policy research. New theories, methods and subjects. Bristol/Chicago: Intellect, S. 159–176.

Hutchinson, Jonathon P. (2016): The future of digital archive collectins: Augmenting public service media geo-locative archives. In: Mobile Media & Communication 4(1), S. 37–51.

Jakobsson, Peter/Stiernstedt, Frederik (2012): Reinforcing Property by Strengthening the Commons: A New Media Policy Paradigm? In: trippleC 10(1): S. 49–55.

Jakubowicz, Karol (2010): PSB 3.0: Reinventing European PSB. In: Iosifidis, Petros (Hrsg.): Reinventing Public Service Communication. European Broadcasters and Beyond. Houndmills/Basingstoke/Hamphire: Palgrave Macmillan, S. 9–22.

Jarren, Otfried/Donges, Patrick/Künzler, Matthias/Schulz, Wolfgang/Held, Thorsten/Jürgen, Uwe (2001): Der schweizerische öffentliche Rundfunk im Netzwerk. Möglichkeiten der Absicherung und Bindung der SRG an die Gesellschaft. Diskussionspunkt 41. Zürich: IPMZ.

Jarren, Otfried/Weber, Rolf H./Donges, Patrick/Dörr, Bianka/Künzler, Matthias/Puppis, Mauel (2002): Rundfunkregulierung. Leitbilder, Modelle und Erfahrungen im internationalen Vergleich. Eine sozial- und rechtswissenschaftliche Analyse. Zürich: Seismo.

Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2005): Der öffentliche Rundfunk in der Gesellschaft. Begründung, Wandel und Konflikte um eine Leitidee am Beispiel Schweiz. In: Ridder, Christa-Maria/Langenbucher, Wolfgang R./Saxer, Ulrich/Steininger, Christian (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer. Wiesbaden: VS, S. 177–195.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Jarren, Otfried (2012): Kommentar: Medienkrise oder Tageszeitungsfinanzierungskrise? In: Jarren, Otfried/Künzler, Matthias/Puppis, Manuel (Hrsg.): Medienwandel oder Medienkrise? Folgen fü¨r Medienstrukturen und ihre Erforschung. Baden-Baden: Nomos, S. 165–174.

Jarren, Otfried/Künzler, Matthias/Puppis, Manuel (2012): Medienwandel oder Medienkrise. Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung. Baden-Baden: Nomos.

Jarren, Otfried/Schweizer, Corinne (2015): From Public Value to Common Goods. In: ORF (Hrsg.): Where? Public Value Report 2014/15. Wien: ORF, S. 10–11.

Jarren, Otfried (2019): Social Media: Institutionalisierungsprozesse als interdisziplinäre Forschungsaufgabe. Plattformökonomie und die Macht der neuen Intermediäre als Herausforderung für die Sozialwissenschaften. In: MedienWirtschaft 16 (1), S. 14–24

Jordan, Bill (1989): The common good. Citizenship, morality, and self-interest. Oxford, New York: Blackwell.

Just, Natascha (2009): Measuring Media Concentration and Diversity: New Approaches and Instruments in Europe and the USA. In: Media, Culture & Society 31 (1), S. 97–117.

Karmasin, Matthis/Süssenbacher, Daniela/Gonser, Nicole (2011): Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag.

Karppinen, Kari (2008): Media and the paradoxes of pluralism. In: Hesmondhalgh, David/Toynbee, Jason (Hrsg.): The Media and Social Theory. New York: Routledge, S. 27–42.

Karppinen, Kari/Moe, Hallvard (2012): What We Talk about When We Talk about Document Analysis. In: Just, Natascha/Puppis, Manuel (Hrsg.): Trends in communication policy research. New theories, methods and subjects. Bristol/Chicago: Intellect, S. 175–193.

Karppinen, Kari/Moe, Hallvard (2019, im Druck): Focusing on Texts I: Collecting Policy and Industry Documents. In: The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Kerridge, Eric (1992): The common fields of England. Manchester/New York: Manchester University Press.

Kidd, Dorothy (2003): Indymedia.org: A new communications commons. In: McCaughey, Martha/Ayers, Michael D. (Hrsg.), Cyberactivism: Online activism in theory and practice. New York: Routledge, S. 47–69.

Kiefer, Marie Luise (1996): Unverzichtbar oder überflüssig? Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Multimedia-Welt. In: Rundfunk und Fernsehen 44 (1), S. 7–26.

Kiefer, Marie L. (2010): Journalismus und Medien als Institutionen. Konstanz: UVK.

Kiefer, Marie L. (2011): Die schwierige Finanzierung des Journalismus. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 59 (1), S. 5–22.

Kingston, Christopher/Caballero, Gonzalo (2009): Comparing theories of institutional change. In: Journal of Institutional Economics 5 (2), S. 151–180.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Kleinemeier, Michael (2016): Vertrauen – die Währung der digitalen Wirtschaft. In: Bär, Christian Bär/Fischer, Andreas T./Gulden, Henning (Hrsg.): Informationstechnologien als Wegbereiter für den steuerberatenden Berufsstand. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag.

Knapskog, Karl (2010): Providing Cultural Resources. On Turning Audiovisual Archives into a Public Domain. In: Gripsrud, Jostein/Moe, Hallvard/Splichal, Slavko (Hrsg.): The digital public sphere. Challenges for media policy. Göteborg: Nordicom, S. 55–68.

Kulturministeriet (2018): Medieaftale for 2019–2023. In: https://www.regeringen.dk/media/5470/29062018endelig-medieaftale-2019-2023.pdf (03.06.2019).

Krippendorff, Klaus (2013). Content analysis: An introduction to its methodology (3rd ed.). Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage.

Künzler, Matthias (2009). Die Liberalisierung von Radio und Fernsehen. Leitbilder der Rundfunkregulierung im Ländervergleich. Konstanz: UVK.

Künzler, Matthias/Puppis, Manuel/Schweizer, Corinne/Studer, Samuel (2013a): Monitoring Report «Finanzierung des öffentlichen Rundfunks». Bericht für das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM).

Künzler, Matthias/Puppis, Manuel/Schweizer, Corinne/Studer, Samuel (2013b): Monitoring Report „Zulassung Privatrundfunk". Biel: Bundesamt für Kommunikation.

Künzler, Matthias/Puppis, Manuel/Schweizer, Corinne/Studer, Samuel (2013c): Monitoring Report „Medienförderung". Biel: Bundesamt für Kommunikation.

Lasswell, Harold (1960): The Structure and Function of Communication in Society. In: Schramm, Wilbur (Hrsg.): Mass Communication. A Book of Readings selected and edited by the Director of the Institute for Communication Research at Stanford University. Urbana, Chicago, London: University of Illinois Press, S. 117–130.

Latzer, Michael/Braendle, Andreas/Just, Natasch/Saurwein, Florian (2010): Public-Service Broadcasting Online: Assessing Compliance with Regulatory Requirements. In: International Telecommunications Review, 17 (2), S. 1–25.

Latzl, Daniela-Kathrin (2011): Public-Value-Tests: Chance oder Schikane? Europäische Bestandesaufnahme und Expertensicht. In: Karmasin, Matthias/Süssenbacher, Daniela/Gonser, Nicole (Hrsg.): Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS, S. 189–207.

Lehman Schlozman, Kay/Verba, Sydney/Brady, Henry E. (2011): Who Speaks? Citizen Political Voice on the Internet Commons. In: Deadalus, the Journal of the American Academy of Arts & Science 140 (4), S. 121–139.

Lessig, Lawrence (2001): The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World. New York: Random House.

Levine, Peter (2007): Collective Action, Civic Engagement, and the Knowledge Commons. In: Hess, Charlotte/Ostrom, Elinor (Hrsg.): Understanding knowledge as a commons. From theory to practice. Cambridge, Mass: MIT Press, S. 247–275.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Lilienthal, Volker/Weichert, Stephan/Reineck, Dennis/Sehl, Annika/Worm, Silvia (2014): Digitaler Journalismus. Dynamik – Teilhabe – Technik. LfM Schriftenreihe Medienforschung Bd. 74. Leipzig: Vistas.

Livingstone, Sonia (2003): On the challenges of cross-national comparative media research. In: European Journal of Communication 18 (4), S. 477–500.

Löblich, Maria (2011): Frames in der medienpolitischen Öffentlichkeit. In: Publizistik 56 (4), S. 423–439.

Lowe, Gregory F./Bardoel, Jo (2008): From Public Service Broadcasting to Public Service Media. RIPE@2007. Göteborg: Nordicom.

Lowe, Gregory F./Nissen, Christian S. (2011): Small Among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries. Göteborg: Nordicom.

Lowe, Gregory F./Yamamoto Nobuto (2016): Public Service Media Across Borders and Boundaries. Göteborg: Nordicom.

Mahoney, James (2000): Path Dependence in Historical Sociology. In: Theory and Society 9 (4), S. 507–548.

Mahoney, James/Thelen, Kathleen (2009): A Theory of Gradual Institutional Change. In: Mahoney, James/Thelen, Kathleen (Hrsg.): Explaining Institutional Change: Ambiguity, Agency, and Power. Cambridge: Cambridge University Press, S. 1-37.

Mansell, Robin (2010): The Life and Times of the Information Society. In: Prometheus, 28 (2), S. 165–186.

Mansell, Robin (2012): Imagining the Internet: Communication, Innovation, and Governance. Oxford: OUP.

Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien, eine systemtheoretische Analyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim: Beltz.

Mayring, Philipp (2007): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim: Beltz.

Mazziotti, Giuseppe (2015): Is Geo-Blocking a real cause of concern in Europe? EUI Working Papers. Law 2015/43.

McCluskey, Michael/Hmielowski, Jay (2011): Opinion expressin during social conflict: Comparing online reader comments and letters to the editor. In: Journalism 13 (3), S. 303-319.

McLuhan, Marshall (1962): The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man. Toronto: University of Toronto Press.

McQuail, Denis (1992): Media Performance. Mass Communication and the Public Interest. London/Newbury Park/New Delhi: Sage.

McQuail, Denis (2005): McQuail's Mass Communication Theory. 5. Auflage. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

McQuail, Denis (2007): Revisiting Diversity as a Media Policy Goal. In: Meier, Werner A./Trappel, Josef (Hrsg.): Power, Performance and Politics. Media Policy in Europe. Baden-Baden: Nomos, S. 41–57.

MediaCommons (o.J.): About MediaCommons. In: http://mediacommons.org/about (11.08.2019).

Meier, Werner A./Bonfadelli, Heinz/Trappel, Josef (2012): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird. Münster: Lit.

Meier, Werner A. (2018): Media Governance: More than a Buzzword? In: d'Haenens Leen/Sousa, Helena/Trappel, Josef (Hrsg.): Comparative Media Policy, Regulation and Governance in Europe. Unpacking the Policy Cycle. Bristol/Chicago: intellect, S. 55–72.

Mejias, Ulises (2013): Off the Network: Disrupting the Digital World. Minneapolis/London: Minnesota University Press.

Mestre, Lori S. (2013): Media Commons: the process and value of centralizing services. In: Library Hi Tech 31(4), S. 669–687.

Milun, Kathryn (2011): The political uncommons. The cross-cultural logic of the global commons. Farnham/Surrey/Burlington: Ashgate.

Moe, Hallvard (2008): Public Service Media Online? Regulating Public Broadcasters' Internet Services – A comparative Analysis. In: Television & New Media 9 (3), S. 220–238.

Moe, Hallvard (2009): Status und Perspektiven offentlich-rechtlicher Online-Medien. In: Media Perspektiven 40 (4), S. 189–200.

Moe, Hallvard (2011): Defining public service beyond broadcasting: the legitimacy of different approaches. In: International Journal of Cultural Policy 17 (1), S. 52–68.

Möller, Judith/Trilling, Damian/Helberger, Natali/van Es, Bram (2018): Do not blame it on the algorithm: An empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity. Information Communication and Society, 21(7), S. 959–977.

Moore, Mark H. (1995): Creating Public Value: Strategic management in government. Cambridge: Harvard University Press.

Mr Denmore (2011): The last commons: the escalating war on public broadcasting. In: http://www.crikey.com.au/2011/03/22/the-last-commons-the-escalating-war-on-public-broadcasting/?wpmp_switcher=mobile (01.05.2019).

Mueller, Milton (2010): Critical resource: An institutional economics of the Internet addressing-routing space. In: Telecommunications Policy 34 (8), S. 405–416.

Murdock, Graham (1999): Rights and Representation. In Gripsrud, Jostein (Hrsg.): Television and common knowledge. London: Routledge, S. 7–17.

Murdock, Graham (2005a): Building the Digital Commons. Public Broadcasting in the Age of the Internet. In: Lowe, Gregory/Jauert, Per (Hrsg.): Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting. Göteborg: Nordicom, S. 213–230.

Murdock, Graham (2005b): Against Enclosure: Rethinking the Cultural Commons. In: Morley, David/Robins, Kevin (Hrsg.): British cultural studies. Geography, nationality, and identity. Oxford: Oxford Univ. Press, S. 443–460.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Murphy, Patrick D. (2017): The Media Commons: Globalization and Environmental Discourse. Chicago, IL: University of Illinois Press.

Murray, Laura J. (2014): Exchange Practices among Ninethenth-Century U.S. Newspaper Editors: Cooperation in Competition. In: Frischmann, Brett/Madison, Michael/Strandburg, Katherine (Hrsg.): Governing the Knowledge Commons. Oxford, New York: Oxford University Press, S. 365-390.

netCommons (o.J.): The netCommons Project. In: https://netcommons.eu/?q=content/netcommons-project (18.08.2019).

Newell, Jay/Blevins, Jeffrey L./Bugeja, Michael (2009): Tragedies of the Broadcast Commons: Consumer Perspectives on the Ethics of Product Placement and Video News Releases. In: Journal of Mass Media Ethics 24(4), S. 201–219.

Nikoltchev, Susanne (2012): Europäische Union: Von Rundfunk zu audiovisuellen Mediendiensten. In: Jarren, Otfried/Künzler, Matthias/Puppis, Manuel (Hrsg.): Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung. Baden-Baden: Nomos, S. 175–197.

Nissen, Christian S. (2006): Public service media in the information society. Report prepared for the Council of Europe's Group of Specialists on Public Service Broadcasting in the Information Society. In: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680483b2f (22.05.2019).

Nuss, Sabine (2011): Die Tragödie der Nutzenmaximierer: Elinor Ostrom und die Commons. In: Denknetz (Hrsg.): Gesellschaftliche Produktivität jenseits der Warenform. Analysen und Impulse zur Politik. Jahrbuch 2011, S. 38–44.

NPO (2018): Jaarverslag 2017. In: https://over.npo.nl/download/nl/440 (15.05.2019).

o.A. (2009): Ökonomie-Nobelpreis geht erstmals an eine Frau. Die Zeit vom 12. Oktober 2009. In: https://www.zeit.de/wirtschaft/2009-10/wirtschaftsnobelpreis (03.06.2019).

OECD (2011): The Role of Intermediaries in Advancing Public Policy Objectives. Paris: OECD Publishing.

OFOM (2017a): Distribution of BBC public services. A Consultation (15.12.2016–13.02.2017) on OFCOM's proposed requirements and guidance. In: https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/bbc-distribution-guidance (03.06.2019).

OFOM (2017b): Regulating the BBC's impact on competition. Statement on requirements and guidelines. In: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0037/99577/BBCCompetitionStatement.pdf (03.06.2019).

Ó Siochrú/Girard, Bruce (2002): Global Media Governance. A Beginer's Guide. Lanham/Boulder/New Xork/Oxford: Rowman & Littlefield.

Ostrom, Elinor (2002): The drama of the commons. Washington, DC: National Academy Press.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Ostrom, Elinor/Hess, Charlotte (2007): A Framework for Analyzing the Knowledge Commons. In: Hess, Charlotte/Ostrom, Elinor (Hrsg.): Understanding knowledge as a com-mons. From theory to practice. Cambridge, Mass: MIT Press, S. 41–81.

Ostrom, Elinor (2008 [1990]): Governing the commons. The evolution of institutions for collective action. 22nd Hrsg. Cambridge: Cambridge University Press.

Papathanassopoulos, Stylianos/Negrine, Ralph (2010): Public Broadcasters in the Digital Age. In: Papathanassopoulos, Stylianos (Hrsg.): Communications policy. Theory and issues. Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 133–147.

Paperlein, Juliane (2016): Lesen, hören, sehen. In: Planung & Analyse 42 (2), S. 26–28.

Peacock, Alan T./Graham, David (Hrsg.) (2004): Public service broadcasting without the BBC? London: Institute of Economic Affairs.

Pentzold, Christian (2016): Zusammenarbeiten im Netz. Praktiken und Institutionen internetbasierter Kooperation. Wiesbaden: Springer.

Picard, Robert G. (2005): Audience Relations in the Changing culture of Media Use. Why Should I Pay the Licence Fee? In: Lowe, Gregory F./Jauert, Per (Hrsg): Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting. Ripe@2005. Göteborg: Nordicom, S. 277–292.

Picard, Robert G. (2006): Financing public media: The future of collective funding. In Nissen, Christian S. (Hrsg.): Making a difference. Public service broadcasting in the European media landscape. Eastleigh: John Libbey, S. 183–210.

Pörksen, Bernhard (2018): Die grosse Gereiztheit: Wege aus der kollektiven Erregung. München: Carl Hanser Verlag.

Przeworski, Adam/Teune, Henry (1970): The Logic of Comparative Social Inquiry. New York: Wiley.

Puppis, Manuel (2009a): Organisationen der Medienselbstregulierung. Europäische Presseräte im Vergleich. Köln: Herbert von Halem.

Puppis, Manuel (2009b): Introduction. Media Regulation in Small States. In: International Communication Gazette, 71 (1–2), S. 7–17.

Puppis, Manuel (2010): Einführung in die Medienpolitik (2. Auflage). Konstanz: UVK.

Puppis, Manuel (2012): Öffentliche Finanzierung als Antwort auf die Medienkrise? In: Meier, Werner A./Bonfadelli, Heinz/Trappel, Josef (Hrsg.): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird. Zürich: LIT, S. 297-312.

Puppis, Manuel/d'Haenens, Leen (2012): Comparing media policy and regulation. In: Esser, Frank/Hanitzsch, Thomas (Hrsg.): The Handbook of Comparative Communication Research. New York: Routledge, S. 221–233.

Puppis, Manuel/Schweizer, Corinne (2015): Service public im internationalen Vergleich. Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation. Universität Fribourg, 20.11.2015.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Raats, Tim/Pauwels, Caroline (2011): In Search of the Holy Grail? Comparative Analysis in Public Broadcasting Research. In: Donders, Karen/Moe, Hallvard (Hrsg.): Exporting the public value test. The regulation of public broadcasters' new media services across Europe. Göteborg: Nordicom, S. 17–28.

Raats, Tim/Van den Bulck, Hilde/d'Haenens, Leen (2015): Benchmark van de Publieke Omroep in Europa: Een Analyse van het Aanbod, Financiering en Publieksbereik. Studie i.o.v. de Vlaamse Regering en het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. http://ebl.vlaanderen.be/publications/documents/77179 (01.05.2019)

Raboy, Marc (1995): Public Broadcasting for the 21st century. Luton: University of Luton Press. John Libbey Media.

Ragin, Charles (1989): The Comparative Method. Moving beyond Qualitative and Quantitative Strategies. Berkley: University Press.

Ragin, Charles (o.J.): Fuzzy Sets: Calibration Versus Measurement. In: http://www.u.arizona.edu/~cragin/fsQCA/download/Calibration.pdf (01.05.2019).

Ramsey, Phil (2013): The search for a civic commons online: an assessment of existing BBC Online policy. In: Media, Culture & Society 35 (7), S. 864–879.

Reh, Werner (1995): Quellen- und Dokumentenanalyse in der Politikfeldforschung: Wer steuert die Verkehrpolitik? In: von Alemann, Ulrich/Tönnesmann, Wolfgang/Sommer, Volker (Hrsg.): Politikwissenschaftliche Methoden. Grundriss für Studium und Forschung. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 201–259.

Rennie, Ellie (2006): Community media: A global introduction. Lanham: Rowman & Littlefield.

Ridder, Christa-Maria/Langenbucher, Wolfgang R./Saxer, Ulrich/Steininger, Christian (2005): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer. Wiesbaden: VS.

Robertson, David (2002): A dictionary of modern politics. London: European Publications.

Rosenkranz, Boris (2016): Alles über den neuen ZDF-Fernsehrat. Übermedien vom 6. Juli 2016. In: https://uebermedien.de/6066/alles-zum-neuen-zdf-fernsehrat/ (04.06.2019).

Ryfe, David M. (2006): Guest Editor's Introduction: New Institutionalism and the News. In: Political Communication 23 (2), S. 135–144.

Salomon, Eve (2016): Independent regulation of broadcasting: a review of international policies and experiences. Paris/Montevideo: UNESCO.

Sanfilippo, Madelyn/Frischmann, Brett/Standburg, Katherine (2018): Privacy as Commons. Case Evaluation through the Governing Knowledge Commons Framework. Journal of Information Policy 8 (2018), S. 116–166.

Saxer, Ulrich/Ganz-Blättler, Ursula (1998) Fernsehen DRS. Werden und Wandel einer Institution. Ein Beitrag zur Medienhistographie als Institutionengeschichte. Reihe Diskussionspunkt – Band 35. Zürich: IPMZ.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Saxer, Ulrich (1999): Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft. In. Leonhard, Joachim-Felix/Ludwig, Hans-Werner/Schwarze, Dietrich/Strassner, Erich (Hrsg.): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilband. Berlin, New York: De Gruyter, S. 1–14.

Saxer, Ulrich (2005): Bauvorhaben, Bausteine und Rohbau einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. In: Ridder, Christa-Maria/Langenbucher, Wolfgang R./Saxer, Ulrich/Steininger, Christian (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer. Wiesbaden: VS, S. 13-38.

Schach, Annika/Lomatsch, Timo (2018): Influencer Relations: Marketing und PR mit digitalen Meinungsführern. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Schauz, Michael (1997): Video-on-Demand. Bedrohung für das Verleihgeschäft der Videotheken. München: Verlag Reinhard Fischer.

Schlager, Edella/Ostrom, Elinor (1992): Property Rights Regimes and Natural Ressources: A Conceptual Analysis. In: Land Economics 68 (3), S. 249–262.

Schmidt, Manfred G. (2010): Wörterbuch zur Politik. In: Frey-Vor, Gerline/Siegert, Gabriele/Stiehler, Hans-Jörg (2008): Mediaforschung. Mediaforschung. Konstanz: UVK.

Schultze, Rainer-Olaf (2011): Gemeinwohl. In: Nohlen, Dieter (2011): Kleines Lexikon der Politik. München: C. H. Beck, S. 202–206.

Schwarzkopf, Dietrich (1999): Rundfunkpolitik in Deutschland. Wettbewerb und Öffentlichkeit, Band 2. München: DTV.

Schweizer, Corinne (2010): Die Regulierung des Zugangs der Programmanbieter zur Verbreitung des digitalen Fernsehens: eine Policy-Analyse der Totalrevision des Schweizerischen Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG). Universität Zürich, Lizentiatsarbeit.

Schweizer, Corinne/Puppis, Manuel/Künzler, Matthias/Studer, Samuel (2014): Blast from the past? A comparative analysis of broadcasting licensing in the digital era. In: Journal of Information Policy 4, S. 507–528.

Schweizer, Corinne (2016): Public Service Media and the Commons: Crossing conceptual and institutional Boundaries. In: Yamamoto, Nobuto/Lowe, Gregory (Hrsg): Crossing Borders and Boundaries in Public Service Media. Gotenborg: Nordicom, S. 171–183.

Schweizer, Corinne/Puppis, Manuel (2018): Public Service Media in the 'networked' era: A comparison of remit, funding, and debates in 17 western Countries. In: Lowe, Gregory/van den Bulck, Hilde/Donders, Karen (Hrsg.): Public Service Media in the Networked Society. Göteborg: Nordicom, S. 109–124.

Shaffer van Houweling, Molly (2007): Cultural Environmentalism and the Constructed Commons. In: Law and Contemporary Problems 70 (4), S. 23–50.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Siegert, Gabriele/Mellmann, Ulrike/Kienzler, Stephanie/Lischka, Juliane (2012): Wirtschaftskrise – Werbewirtschaftskrise – Medienkrise? Konjunkturell und strukturell bedingte Veränderungen der Werbewirtschaft und ihre Folgen für die Medien. In: Meier, Werner A./Bonfadelli, Heinz/Trappel, Josef (Hrsg.): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird. Zürich: LIT, S. 161–187.

Siegert, Gabriele/von Rimscha, Bjørn M./Sommer, Christoph (2014): Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag. Wien: ORF Public Value Kompetenzzentrum.

Siune, Karen/Hultén, Olof (1998): Does Public Broadcasting have a Future? In McQuail, Denis/Siune, Karen (Hrsg.): Media Policy. Convergence, Concentration and Commerce. London/Thousand Oaks/New Delhi: SAGE, S. 23-37.

Smythe, Dallas W. (2014 [1977]): Communications: Blindspot in Western Marxism. In: McGuigan Lee/ManzerolleVincent (Hrsg.): The Audience Commodity in a Digital Age: Revisiting a Critical Theory of Commercial Media. New York: Peter Lang, S. 29–54.

Suber, Peter (2012): Open Access. Cambridge/London: MIT Press.

Stalder, Felix (2011): Die digitalen Commons. In Denknetz (Hrsg.): Gesellschaftliche Produktivität jenseits der Warenform. Analysen und Impulse zur Politik. Jahrbuch 2011, S. 29-37.

Stalder, Felix/Wassermair, Martin/Becker, Konrad (2013): Kulturelle Produktion und Mediennutzung im Alltag. Urhebrrechtliche Problemfelder und politische Lösungsperspektiven. Eine Studie im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien. Wien: Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien.

Steemers, Jeanette (2001). In search of a third way: balancing public purpose and commerce in German and British public service broadcasting. In: Canadian Journal of Communication, 26 (1), S. 69–87.

Steemers, Jeanette (2003) Public service broadcasting is not dead yet: strategies in the 21st century. In: Lowe, Gregory F./Hujanen, Taisto (Hrsg.): Broadcasting and convergence: new articulations of tile public service remit. Göteborg: Nordicom, S. 123–136.

Steemers, Jeanette (2004): Building a Digital Cultural Commons – the Example of the BBC. In: Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies 10 (3), S. 102–107.

Strömbäck, Jesper (2017): Does Public Service TV and the Intensity of the Political Information Environment Matter? In: Journalism Studies 18 (11), S. 1415–1432.

Studer, Samuel (2018): Veränderungsprozesse in Mediensystemen. Eine organisationsökologische Analyse des Wandels schweizerischer Medienstrukturen zwischen 1968 und 2013. Baden-Baden: Nomos.

Suchman, Mark C. (1995): Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. In: Academy of Management 20 (3), S. 571–610.

Syvertsen, Trine (1999): The Many Use of the «Public Service" Concept. In: Nordicom 20(1), S. 5–12.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Syvertsen, Trine/Enli, Gunn/Mjøs Ole J./Moe, Hallvard (2014) : The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era. Ann Arbour: University of Michigan Press.

Tambini, Damian (2015): Five Theses on Public Media and Digitization: From a 56-Country-Study. In: International Journal of Communication 9, S. 1400–1424.

Tambini, Damian (2018): Fake News: Public Policy Responses. LSE Media Policy Brief 20. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science. In: http://eprints.lse.ac.uk/73015/1/LSE%20MPP%20Policy%20Brief%2020%20-%20Fake%20news_final.pdf (03.05.2019)

Thomaß, Barbara (2007): Public Service Broadcasting. In: Thomaß, Barbara (Hrgs.): Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UVK, S. 76–90.

Tischhauser, Pascal (2018): Die fünf Versprechen der SRG. Blick vom 4. März 2018. In: https://www.blick.ch/news/politik/nach-no-billag-abstimmung-so-will-srg-den-betrieb-neu-auslegen-id8067140.html (03.06.2019).

Tracey, Michael (1998): The decline and fall of public service broadcasting. Oxford: Oxford University Press.

Trappel, Josef (2008): Online Media within the Public Service Realm? Reasons to include Online into the Public Service Mission. In: Convergence 14 (3), S. 313-322.

Trappel, Josef (2010): Sqeezed and Uneasy: PSM in Small States – Limited Media Governance Options in Austria and Switzerland. In: Iosifidis, Petros (Hrsg.): Reinventing public service com-munication. European broadcasters and beyond. Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 209–221.

Tuna, Coskun/Ejder, Cevahir (2019). Native Advertising. Digitale Werbung mit neuen Formaten (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

UVEK (2017): Open Content für mehr Medienvielfalt? Bericht des BAKOM im Auftrag der KVF-N vom 27. Januar 2017. In: https://www.parlament.ch/centers/documents/de/mm-kvf-n-2017-02-14-bericht-open-content-d.pdf (03.06.2019).

Uzelman, Scott (2011): Media Commons and the Sad Decline of Vancouver Indymedia. In: The Communication Review 14 (4), S. 279–299.

van Cuilenburg, Jan/Slaa, Paul (1993): From Media Policy Towards a National Communications Policy: Broadening the Scope. In: European Journal of Communication 8 (2), S. 149–176.

Van Dijck, José/Poell, Thomas/de Waal, Martijn (2018) The Platform Society. Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press.

van Duyn, Emily/Collier, Jessica (2019): Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluation of News Media.In: Mass Communication and Society 22 (1), S. 29–48.

Vanhaeght, Anne-Sofie/Donders, Karen (2016): Moving beyond the Borders of Top-Down Broadcasting: An Analysis of Younger Users' Participation in Public Service Media. In: Television & New Media 17 (4), S. 291-307.

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

van Wendel de Joode, Ruben/de Bruijn, Hans/van Eeten, Michel (2003): Protecting the virtual commons. Self-organizing open source and free software communities and innovative intellectual property regimes. The Hague: T.M.C. Asser Pressvan.

van Vuuren, Kitty (2006): Community broadcasting and the enclosure of the public sphere. In: Media, Culture & Society 28 (3), S. 379-392.

van Vuuren, Kitty (2003): Community Participation in Australian Community Broadcasting: A Comparative Study of Rural, Regional and Remote Radio. Dissertation. In: https://www120.secure.griffith.edu.au/rch/file/60c8b9f1-3b7a-ce11-7f8a-c7ca588c0951/1/van%20Vuuren_2004_01Thesis.pdf (01.05.2019).

Vogler, John (2000): The global commons. Environmental and technological challenges. Chichester: Wiley.

Woldt, Runar (2005): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk im internationalen Vergleich. Fragestellungen, Methoden, Fallbeispiele. In: Ridder, Christa-Maria/Langenbucher, Wolfgang R./Saxer, Ulrich/Steininger, Christian (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer. Wiesbaden: VS, S. 293-310.

Wolswinkel, Herman (2011): Publishers' Fight for Fair Competition in the Digital Era. In: Donders, Karen/Moe, Hallvard (Hrsg.): Exporting the Public Value Test. The Regulation of Public Broadcasters' New Media Service Across Europe. Götheborg: Nordicom, S. 145–154.

Wyss, Vinzenz (2012): Die Krise des Professionellen Journalismus aus der Sicht des Qualitätsmanagements. In Meier, Werner/Bonfadelli, Heinz/Trappel, Josef (Hrsg.): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmdien wird. Zürich: Lit., S. 255–276.

Zabel, Christian (2016): Rechte- und Lizenzmanagement. In: Krone, Jan/Pellegrini, Tassilo (Hrsg.): Handbuch Medienökonomie. Wiesbaden: Springer, S. 1–26.

Zanker, Ruth (2004): Commercial Public Service Children's Television. Oxymoron or Media Commons for Savvy Kids? In: European Journal of Communication 19(4), S. 435–455.

Ziesman, Michael (2018): Admeira: vom Werbevermarkter zum Politikum und zurück. In: Medienwoche vom 28. August 2018. In: https://medienwoche.ch/2018/08/28/admeira-vom-werbevermarkter-zum-politikum-und-zurueck/ (04.06.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:53
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Dokumentenverzeichnis

Hier befinden sich alle für die Dokumentenanalyse verwendeten Dokumente, auf die sich das Kapitel 6 bezieht. Dokumente, die in anderen Kapiteln zitiert werden, befinden sich im Literaturverzeichnis.

AVMD-Richtlinie (EU) 2018/1808 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten. In: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808&from=DE (22.05.2019).

Bertelsmann Stiftung (2018): Access to Information Report. Media Freedom, Media Pluralism, Access to Government Information. Sustainable Governance Indicators 2018. In: http://www.sgi-network.org/docs/2018/thematic/SGI2018_Access_to_Information.pdf (09.05.2019).

Deutsche Bundesbank (2019): Euro-Referenzkurse der Europäischen Zentralbank. Jahresbestände und -durchschnitt. In: https://www.bundesbank.de/resource/blob/649638/477e5d031eb6b3346508b01b8194c1c4/mL/stat-eurorefj-data.pdf (14.05.2019).

European Union (2018): Fake news and disinformation online. Flash Eurobarometer 464 by the European Commission. In: https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2d79b85a-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1/language-en (20.05.2019).

Freedom House (2017d): Freedom of the Press 2017. Press Freedom's Dark Horizon. In: https://freedomhouse.org/report/freedom-press/freedom-press-2017 (05.05.2019).

Kevin, Deirdre/Schneeberger, Agnes (2015): Access to TV platforms: must-carry-rules, and access to free-DTT. European Audiovisual Observatory fort he European Commission – DG COMM. Strassbourg: EAI. In: https://rm.coe.int/native/09000016807835e4 (15.05.2019).

Newman, Nic/Fletcher, Richard/Kalogeropoulos, Antonis/Levy, David A. L./Nielsen, Rasmus Kleis (2018): Digital News Report 2018. In: http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475 (16.05.2019).

Pew Research Center (2018): Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver. In: http://www.pewglobal.org/2018/01/11/publics-globally-want-unbiased-news-coverage-but-are-divided-on-whether-their-news-media-deliver/ (05.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Reporter ohne Grenzen (2017): Rangliste der Pressefreiheit. In: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Presse/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2017/Rangliste_der_Pressefreiheit_2017_-_Reporter_ohne_Grenzen.pdf (05.05.2019).

Australien

Accountable Journalism (2017a): Press Council: Australia. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Australia01 (06.05.2019).

Broadcasting Services Act (BSA) of 1992. In: https://www.legislation.gov.au/Details/C2016C00140 (05.05.2019).

LyngSat (o.J.ai): Free TV from Australia. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Australia.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.aii): Free Radio from Australia. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Australia.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.aiii): TV from Australia. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Australia.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.aiv): Radio from Australia. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Australia.html (15.05.2019).

Public Governance, Performance and Accountability Act 123/2013, as amended. In: https://www.legislation.gov.au/Details/C2013A00123/22067258-726c-4cfb-b4ad-ed860ef1bd48 (05.05.2019).

Australian Broadcasting Corporation (ABC)

ABC (2018): ABC Annual Report 2017-2018 Volume II. In: https://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2018/10/AP18_Vol2_FINAL_3new.pdf (05.05.2019).

ABC (2019): ABC Archives: The sights and Sounds of our History. In: https://www.abc.net.au/archives/ (18.05.219).

ABC (o.J.a): ABC History. In: http://about.abc.net.au/abc-history/ (05.05.2019).

ABC (o.J.b): Legislative framework. In: https://about.abc.net.au/how-the-abc-is-run/what-guides-us/legislative-framework/ (05.05.2019).

ABC (o.J.c): Reports and Publications. In: http://about.abc.net.au/how-the-abc-is-run/reports-and-publications (05.05.2019).

ABC (o.J.d): ABC Advisory Council. In: http://about.abc.net.au/who-we-are/abc-advisory-council (20.05.2019).

ABC (o.J.e): Complaints process. In : https://about.abc.net.au/talk-to-the-abc/feedback-and-enquiries/complaints-process/ (05.05.2019).

ABC (o.J.f): Open. Real stories made by real people from all around Australia. In: https://open.abc.net.au (05.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ABC (o.J.g): Open Archives. In: https://www.abc.net.au/archives/openarchives.htm (05.05.2019).

ABC (o.J.h): ABC Iview. In: http://iview.abc.net.au (05.05.2019).

ABC (o.J.i): ABC Podcasts. In: https://www.abc.net.au/radio/podcasts/ (05.05.2019).

ABC Act (Australian Broadcasting Corporation Act) 6/1983, as amended (2015). In: https://www.legislation.gov.au/Details/C2016C00300 (05.05.2019).

Simons, Margaret (2013): In the end, media reform was just a matter of ABC. In: http://www.thecitizen.org.au/analysis/end-media-reform-was-just-matter-abc. (05.05.2019).

Special Broadcasting Service (SBS)

Australian Bureau of Statistics (2017): Australian Demographic Statistics, Mar 2017. Feature Article 1: Aboriginal and Torres Strait Islander Population Estimates, 2016 – Preliminary. In: https://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/Previousproducts/3101.0Feature%20Article1Mar%202017 (27.05.2019).

o.A. (2019): SBS On Demand offers free, unlimited access to programs & films. In: https://www.finder.com.au/internet-tv/sbs-on-demand (05.05.2019).

SBS (2018): SBS 2017-2018 Annual Report 2018. In: http://media.sbs.com.au/home/upload_media/SBS%20Annual%20Report%202018_FINAL.pdf (05.05.2019).

SBS (o.J.a): About us – Our Story. In: www.sbs.com.au/aboutus/our-story/index/id/145/h/30-Year-Anniversary (05.05.2019).

SBS (o.J.b): SBS established. In: https://www.nma.gov.au/defining-moments/resources/sbs-established (05.05.2019).

SBS (o.J.c): About us – Policies and Publications. In: https://www.sbs.com.au/aboutus/corporate/view/id/111/h/Annual-Reports (05.05.2019).

SBS (o.J.d): Community Advisory Committee. In: https://www.sbs.com.au/aboutus/community/article/id/160/h/Community-Advisory-Committee (05.05.2019).

SBS (o.J.e): Complaints. In: https://www.sbs.com.au/aboutus/complaints (05.05.2019).

SBS (o.J.f): SBS on Demand. In: www.sbs.com.au/ondemand (05.05.2019).

SBS (o.J.g): SBS Radio. In: https://www.sbs.com.au/radio/ (05.05.2019).

SBS Act (Special Broadcasting Service Act) 180/1991, as amended (2017). In: https://www.legislation.gov.au/Details/C2018C00086 (05.05.2019).

Belgien

Accountable Journalism (2017b): Press Council: Belgium. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/belgium-press-council (06.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

CDJ (o.J.): Ein Deontologierat am Dienst der Öffentlichkeit und der Medien. In: http://lecdj.be/ein-deontologierat-am-dienst-der-offentlichkeit-und-der-medien/ (05.05.2019).

LyngSat (o.J.bi): Free TV from Belgium. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Belgium.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.bii): Free Radio from Belgium. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Belgium.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.biii): TV from Belgium. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Belgium.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.biv): Radio from Belgium. In: http://www.lyngsat- http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Belgium.html (15.05.2019).

Ostbelgien (2018): Bevölkerungsstruktur. In: http://www.ostbelgienstatistik.be/DesktopDefault.aspx/tabid-2569/4686_read-32765 (27.05.2019).

RVDJ (o.J.bii): Wat is de Raad voor de Journalistiek? In: http://www.rvdj.be/node/58 (06.05.2019).

Valcke, Peggy/Lambrecht, Ingrid/Feci, Nadia (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Belgium. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61131/2018_Belgium_EN.pdf (06.05.2019).

Belgisches Rundfunk- und Fernsehzentrum der Deutschsprachigen Gemeinschaft (BRF)

BRF (2018): Tätigkeitsbericht. In: https://u.brf.be/wp-content/uploads/sites/5/2018/04/BRF-Bericht-2017.pdf (05.05.2019).

BRF (o.J.a): Geschichte. In:http://u.brf.be/profil/geschichte (05.05.2019).

BRF (o.J.b): Impressum. In: http://u.brf.be/impressum (05.05.2019).

BRF (o.J.c): Publikationen. In: http://u.brf.be/kommunikation/publikationen (05.05.2019).

BRF (o.J.d): Empfang. Die Empfangsmöglichkeiten von BRF1, BRF2 und BRF-Fernsehen auf einen Blick. In: https://u.brf.be/produkte/empfang/ (27.05.2019).

BRF (o.J.e): BRF Mediathek. In: http://m.brf.be (05.05.2019).

BRF (o.J.f): BRF 1. In: https://1.brf.be/ (05.05.2019).

BRF (o.J.g): BRF 2. In: https://2.brf.be/ (05.05.2019).

Dekret über das Belgische Rundfunk- und Fernsehzentrum der deutschsprachigen Gemeinschaft vom 27. Juni 1986 (Stand vom 1.1.2011). In: http://www.ostbelgienmedien.be/PortalData/39/Resources/dokumente/7.1._1986.06.27_Dekret__ber_das_Belgische_Rundfunk-_und_Fernsehzentrum.pdf (05.05.2019).

Medienrat (o.J.): Gutachterkammer. In: http://www.medienrat.be/de/medienrat/gutachtenkammer (06.05.2019).

Ostbelgien (o.J.): Regulierung. In. https://www.ostbelgienmedien.be/desktopdefault.aspx/tabid-4468/7903_read-44521/ (09.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Radio Télévision Belge Francophone (RTBF)

Cinquieme Contrat de Gestion de la RTBF. In : https://ds1.static.rtbf.be/article/pdf/2018-12-12-contrat-gestion-rtbf-2019-2022-version-definitive-1545319225.pdf (05.05.2019).

Décret portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF) du 14.07.1997 (Stand am 11.3.2015). In: https://www.gallilex.cfwb.be/document/pdf/20355_004.pdf (05.05.2019).

RTBF (2018): 2017 Rapport Annuel. In: http://www.rapportannuelrtbf.be/2017/wp-content/uploads/2018/05/RapportAnnuel_web.pdf (05.05.2019).

RTBF (o.J.a): Notre histoire. In: https://www.rtbf.be/entreprise/a-propos/histoire (05.05.2019).

RTBF (o.J.b): Rapport Annuel. In: https://ds1.static.rtbf.be/article/pdf/rapportannuel_web-1536321431.pdf (05.05.2019).

RTBF (o.J.c): Les rapports d'activités. In: https://www.rtbf.be/entreprise/a-propos (05.05.2019).

RTBF (o.J.d): RTBF Auvio. In: www.rtbf.be/video (05.05.2019).

Sonuma (o.J.): A propos de la Sonuma. In : https://www.sonuma.be/about (05.05.2019).

Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT)

Beheersovereenkomst 2016 – 2020 Tussen de Vlaamse Gemeenschap & VRT. In: https://www.vrt.be/content/dam/vrtbe/over-de-vrt/opdrachten/opdrachten/Beheersovereenkomst%20ondertekende%20versie.pdf (06.05.2019).

Decreet betreffende e Radio-Omroep en de Televisie (Mediadecreet) van 27.03.2009 (Stand am 26. Juli 2018). In: https://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/mediadecreet_27_maart_2009_14.pdf (05.05.2019).

Radio 1 (o.J.): Podcasts. In: https://radio1.be/tag/podcast (06.05.2019)

VRT (2018): Jaarverslag 2017. In: https://www.vrt.be/content/dam/vrtbe/over-de-vrt/prestaties/LRN%20VRT%20Jaarverslag%202017%20web%20low%202.pdf (05.05.2019).

VRT (o.J.a) : Geschiedenis: sleuteljaren. In: https://www.vrt.be/nl/aanbod/historiek/geschiedenis-openbare-omroep-/ (05.05.2019).

VRT (o.J.b): Jaarverslag. In: https://www.vrt.be/nl/info/jaarverslag/ (06.05.2019)

VRT (o.J.c): VRT NU. In: https://www.vrt.be/vrtnu/ (06.05.2019).

Dänemark

Accountable Journalism (2017c): Press Council: Denmark. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Denmark (06.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Danmarks Riges Grundlov 169/1953 af 5.6.1953. In: http://grundloven.dk/ (07.05.2019).

LBK 248/2019 at 16.3.2019. Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed [Verordnung zum Gesetz über den Radio- und Fernsehbetrieb]. In: https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=208123 (06.05.2019).

LyngSat (o.J.ci): Free TV from Denmark. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Denmark.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.cii): Free Radio from Denmark. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Denmark.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.ciii): TV from Denmark. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Denmark.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.civ): Radio from Denmark. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Denmark.html (15.05.2019).

Netterstrøm, Kasper (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Denmark. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61136/2018_Denmark_EN.pdf (06.05.2019).

Danmarks Radio (DR)

BEK 1288/2015 af 18.11.2015. Bekendtgørelse om vedtægt for DR [Verordnung zur Satzung von DR]. In: https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=175112 (07.05.2019).

BEK 1620/2018 af 20.12.2018. Bekendtgørelse om ændring af bekendtgørelse om vedtægt for DR [Verordnung zur Änderung der Satzung von DR]. In: https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=205786 (06.05.2019).

DR (2018): DRs årsrapport 2017. In: https://www.dr.dk/static/documents/2018/05/09/2018_dr_arsrapport_2017_digi_rt2_sano_4eedeb05_5ebfb559.pdf (07.05.2019).

DR (o.J.a): DR in Brief. In: https://www.dr.dk/om-dr/about-dr/dr-brief (06.05.2019)

DR (o.J.b): Publikationer. In: www.dr.dk/Om_DR/Fakta+om+DR/Artikler/02092859.htm (07.05.2019).

DR (o.J.c): Vil du klage til os? In: https://dr.custhelp.com/app/ask_step_1/p/109 (15.05.2019).

DR (o.J.d): Radio. In: www.dr.dk/radio (07.05.2019).

DR (o.J.e): TV. In: www.dr.dk/tv (07.05.2019).

DRs Public Service-Kontrakt for 2019-2023. In: https://kum.dk/fileadmin/KUM/Documents/Kulturpolitik/medier/DR/ps-kontrakt_2019-2023/DR_s_public_service-kontrakt_for_2019-2023__med_note_om_film_.pdf (06.05.2019).

KUM (o.J.): DR. In: http://kum.dk/om-ministeriet/organisation-og-institutioner/andre-institutioner/dr/ (06.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Deutschland

Accountable Journalism (2017d): Press Council: Germany. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Germany (06.05.2019).

Beitragsservice ARD, ZDF, Deutschlandradio (2018): Jahresbericht 2017. In: https://www.rundfunkbeitrag.de/e175/e5774/Jahresbericht_2017.pdf (20.05.2019).

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23. 05.1949 (Stand am 23.12.2014). In: http://www.bundestag.de/bundestag/aufgaben/rechtsgrundlagen/grundgesetz/gg_01/245122 (20.05.2019).

LyngSat (o.J.di): Free TV from Germany. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Germany.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.dii): Free Radio from Germany. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Germany.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.diii): TV from Germany. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Germany.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.div): Radio from Germany. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Germany.html (15.05.2019).

Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag RStV) vom 31.08.1991, in der Fassung des Zweiundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge, in Kraft seit 1.5.2019). In: https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Rundfunkstaatsvertrag_RStV.pdf (09.05.2019).

Steindl, Nina/Hanitzsch, Thomas (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Germany. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61141/2018_Germany_EN.pdf (06.05.2019)

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD)

ARD (2013): Warum gibt es die ARD? In: www.ard.de/home/intern/die-ard/Warum_gibt_es_die_ARD_/325640/index.html (09.05.2019).

ARD (2019a): Das ist die ARD. In: http://www.ard.de/home/die-ard/organisation/Das_ist_die_ARD/323058/index.html (09.05.2019).

ARD (2018a): Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der ARD. In: http://www.ard.de/home/intern/die-ard/Mitarbeiterinnen_und_Mitarbeiter_in_der_ARD/309568/index.html (09.05.2019).

ARD (2018b): Gesamterträge der ARD. In: http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Gesamtertraege_der_ARD/1015672/index.html (09.05.2019).

ARD (2018c): Bericht über die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Landesrundfunkanstalten. In: https://www.ard.de/download/1015988/Bericht.pdf (13.05.2019)

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

ARD (2018d): Online-Nutzungszahlen. In: http://www.ard.de/home/intern/fakten/ard-mediendaten/Reichweitendaten/409224/index.html (13.05.2019).

ARD (2019): Die ARD. In: www.ard.de/home/intern/fakten/ARD_Statistiken/329092/index.html (09.05.2019).

ARD (o.J.a): Blogs rund um die Sendungen im Ersten. In: https://www.daserste.de/specials/service/foren-blogs-100.html (02.09.2019).

ARD (o.J.b): ARD Mediathek. In: http://mediathek.daserste.de/ (13.05.2019).

ARD (o.J.c): ARD Audiothek. In: https://beta.ardaudiothek.de/ (13.05.2019).

ARD (o.J.d): Archiv. In: https://www.daserste.de/sendungen-a-z/archive-az-100.html (13.05.2019).

ARD (o.J.e): Hörfunk 2017. Bundesgebiet: Weiteste Hörerkreise, Tagesreichweiten, Hördauer und Marktanteile. In: http://www.ard.de/download/457592/Hoerfunknutzung_bundesweit__ma_2017_II.pdf (13.05.2019).

ARD (o.J.f): Marktanteile der Fernsehprogramme nach Zeitabschnitten, Zuschauer ab 3 Jahren, Angeben in %. In: http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/ard-mediendaten/Marktanteile_der_Fernsehprogramme_nach_Zeitabschnitten/408880/index.html (13.05.2019).

BayRG – Bayrisches Rundfunkgesetz. Gesetz über die Errichtung und die Aufgaben einer Anstalt des öffentlichen Rechts "Der Bayerische Rundfunk", Stand vom 15.05.2018. In: https://www.br.de/unternehmen/inhalt/organisation/rechtsgrundlagen-gesetzestext-gesetze-100.html (04.06.2019).

LMA NRW (o.J.): Beschwerde. In: https://www.medienanstalt-nrw.de/regulierung/beschwerde.html (09.05.2019).

NDR (o.J.): Übersicht. CC-Videos des NDR. In: CC- https://www.ndr.de/nachrichten/netzwelt/Uebersicht-CC-Videos-des-NDR,tv 298.html (13.05.2019).

Deutschlandradio (DRadio)

Deutschlandradio (2018): Deutschlandradio: gemeinnützige Körperschaft des öffentlichen Rechts, Köln, Berlin. Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2017. In: https://www.deutschlandradio.de/index.media.1057d9a297631ca63360670b8b86eded.pdf (09.05.2019).

Deutschlandradio (o.J.a): Geschichte. In: https://www.deutschlandradio.de/geschichte.2091.de.html (09.05.2019).

Deutschlandradio (o.J.b): Jahresabschluss und Konzernlagebericht. In: https://www.deutschlandradio.de/jahresabschluss.242.de.html (09.05.2019).

DRadio (o.J.c): Mediathek. In: https://srv.deutschlandradio.de/themes/dradio/script/aod/index.html?audiodMode=2&audioID=4&state= (13.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

DRadio-Staatsvertrag: Staatsvertrag über die Körperschaft des öffentlichen Rechts„Deutschlandradio" in der Fassung des zwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag), in Kraft seit 1. September 2017. In: http://www.deutschlandradio.de/index.media.c8512b3e1eb0a3485975e9ba721ac38b.pdf (04.06.2019).

Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)

CC (2008): Urheber 2.0. ZDF erklärt Creative Commons. In: https://de.creativecommons.org/index.php/tag/zdf/ (09.05.2019).

ZDF (2016): Geschichte des ZDF. In: https://www.zdf.de/zdfunternehmen/geschichte-des-zdf-100.html (09.05.2019).

ZDF (2018): Zweites Deutsches Fernsehen Anstalt des öffentlichen Rechts, Mainz. Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2017.

ZDF (2019a) Mitarbeiter und Standorte. In: http://www.zdf.de/zdf-mitarbeiter-und-standorte-zdf-studios-25172410.html (09.05.2019).

ZDF (2019b): Finanzen. In: https://www.zdf.de/zdfunternehmen/regeln-und-finanzen-zdfunternehmen-100.html (09.05.2019).

ZDF (2019c): Jahresabschluss 2017. In: https://www.zdf.de/zdfunternehmen/2018-jahrbuch--finanzen-jahresabschluss-100.html (09.05.2019).

ZDF (o.J.a): Sendung verpasst. In: https://www.zdf.de/sendung-verpasst (13.05.2019).

ZDF (o.J.b): Geschichte. In: https://www.zdf.de/geschichte (13.05.2019).

ZDF-Staatsvertrag vom 31. August 1991, in der Fassung des Einundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Einundzwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag), in Kraft seit 25. Mai 2018. In: https://www.zdf-werbefernsehen.de/fileadmin/user_upload/zdfwerb/pdf/sonstiges/20161_ZDF-Staatsvertrag.pdf (04.06.2019).

Finnland

Accountable Journalism (2017e): Press Council: Finland. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/press-council-finland (06.05.2019).

JSN (2008): The council for Mass Media in Finland. In: http://www.jsn.fi/en/Council_for_Mass_Media/the-council-for-mass-media-in-finland/ (06.05.2019).

LyngSat (o.J.ei): TV from Finland. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Finland.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.eii): Radio from Finland. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Finland.html (15.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Manninen, Ville (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Finland. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61138/2018_Finland_EN.pdf (06.05.2019).

Suomen perustuslaki 1999/731. In: http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731 (07.05.2019).

Yleisradio (Yle)

Laki Yleisradio Oy [Gesetz über den finnischen Rundfunk] 1380/1993, 22.12.1993, mit Anpassungen bis 436/2017 (unofficial translation). In: https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1993/en19931380_20170436.pdf (07.05.2019).

Muutetaan Laki YLE [Änderungsgesetz über den finnischen Rundfunk] § 2 817/2017, 1.12.2017. In: https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20170817 (18.05.2019).

Yle (2018a): Yleisradio Oy. Board of Director's report and financial statements 2017. In: http://view.24mags.com/mobilev/6509a9dbaefd98f22034bdb987c19680 (07.05.2019).

Yle (2018b): This is Yle. In: http://view.24mags.com/mobilev/56234ccb6cadd1e91e1fc69d022a97f9 (07.05.2019).

Yle (o.J.a): Ylen historia. In: http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-historia (07.05.2019).

Yle (o.J.b): Yle työnantajana. In: https://yle.fi/aihe/yleisradio/yle-tyonantajana (07.05.2019).

Yle (o.J.c): Vuosikertomukset. In: http://yle.fi/aihe/yleisradio/vuosikertomukset (07.05.2019).

Yle (o.J.d): Open data resources available in Yle. In: https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/06/29/open-data-resources-available-yle (07.05.2019).

Yle (o.J.e): Areena. In: http://areena.yle.fi/ (07.05.2019).

Yle (o.J.f): Elävä Arkisto. In: http://yle.fi/aihe/elava-arkisto (07.05.2019).

Frankreich

Accountable Journalism (2017f): Press Council: France. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/france (06.05.2019).

Constitution française du 4.10.1958 (Stand am 01.01.2015) In: http://www.assemblee-nationale.fr/connaissance/constitution_01-2015.pdf (07.05.2019).

CSA (o.J.) : Alertez-nous sur un programme. In : https://www.csa.fr/Mes-services/Alertez-nous-sur-un-programme2 (09.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

García-Graña, Geisel/Vedel, Thierry/Grassler, Grassler (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: France. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61139/2018_France_EN.pdf (06.05.2019).

Loi 1067/1986 du 30.09.1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) (Dernière modification 24.12.2018). In: https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930 (07.05.2019).

LyngSat (o.J.fi): Free TV from France. In: https://www.lyngsat.com/freetv/France.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.fii): Free Radio from France. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/France.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.fiii): TV from France. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/France.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.fiv): Radio from France.In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/France.html (15.05.2019).

France Télévisions (FTV)

Contrat d'objectifs et de moyens 2016-2020 de France Télévisions. In: http://www2.assemblee-nationale.fr/static/14/comaffcult/COM%20FTV%202016-2020_projet.pdf (07.05.2019).

Décret n° 2009-796 du 23.06.2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions, in der Fassung vom 1.1.2018. In: https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020788471&dateTexte=20190507 (07.05.2019).

FTV (2018): Rapport annuel 2017. Volet Financier. https://www.francetelevisions.fr/sites/default/files/pdf/2018/07/15/RA2017_volet%20financier.pdf (07.05.2019).

FTV (o.J.a) : L'histoire. Retour sur les étapes-clés qui ont construit le group. In: https://www.francetelevisions.fr/groupe/qui-sommes-nous/lhistoire-127 (07.05.2019).

FTV (o.J.b) : Aide et contact. In: https://www.francetelevisions.fr/et-vous/aide-et-contact/nous-contacter (09.05.2019).

FTV (o.J.c): France TV. In : https://www.france.tv/ (07.05.2019).

FTV (o.J.d): Rapport Annuel 2016. In : https://www.francetelevisions.fr/rapport_annuel_2016 (22.05.2019).

Médiamétrie (2018): Yearly Médiamet 2017. In: https://www.mediametrie.fr/sites/default/files/2018-11/2018%2001%2002%20Yearly%20M%C3%A9diamat%202017.pdf (07.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Radio France (RF)

Cahier des Missions et des Charges de la Société Radio France du 13.11.1987 (Derniere modification n° 2016-405 du 5.4.2016). In : https://www.csa.fr/content/download/16127/305256/version/8/file/Col%20-%20CMC%20RF%20consol%20JO%2006.04.16.pdf (07.05.2019).

Contrat d'objectifs et de moyens 2015-2019 de Radio France. In: http://www.snj-rf.com/docs/PJ/COM%202015-2019f.pdf (07.05.2019).

Radio France (2018): Rapport d'activité 2017. In : https://www.radiofrance.fr/sites/default/files/pages_uploaded_files/rapport_activite_2017/files/docs/all.pdf (07.05.2019).

Radio France (o.J.a) : Office de Radiodiffusion Télévision Française. In: https://www.radiofrance.fr/l-entreprise/histoire-de-la-radiodiffusion/office-de-radiodiffusion-television-francaise (07.05.2019).

Radio France (o.J.b): Repères. In: http://www.radiofrance.fr/l-entreprise/reperes (07.05.2019).

RF (o.J.c) : La Médiatrice. In: http://mediateur.radiofrance.fr/ (09.05.2019).

Grossbritannien

Accountable Journalism (2017g): Press Council: United Kingdom. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/United-Kingdom (06.05.2019)

Broadcasting Act 42/1990 of 1.11.1990. In: http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1990/42/data.pdf (18.05.2019).

Broadcasting Act 55/1996 of 24.7.1996. In: https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1996/55/contents (18.05.2019).

Communications Act 21/2003 of 17.07.2003, as amended. In: http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/data.pdf (14.05.2019).

Craufurd Smith, Rachael/Cavaliere, Paolo (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: United Kingdom. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61160/2018_United_Kingdom_EN.pdf (06.05.2019)

LyngSat (o.J.gi): Free TV from United Kingdom. In: https://www.lyngsat.com/freetv/United-Kingdom.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.gii): Free Radio from United Kingdom. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/United-Kingdom.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.giii): TV from United Kingdom. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/United-Kingdom.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.giv): Radio from United Kingdom. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/United-Kingdom.html (15.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

OFCOM (o.J.): Public service broadcasting (PSB) television. In: https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/public-service-broadcasting (14.05.2019).

Ramsey, Phil (2016): Commercial Public Service Broadcasting in the United Kingdom: Public Service Television, Regulation and the Market. In: Television and New Media 18 (7), S. 639-654.

British Broadcasting Corporation (BBC)

BBC (2018): Annual Report and Accounts 2017/18. In: http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/reports/pdf/bbc_annualreport_201718.pdf (21.05.2019).

BBC (o.J.a): History of the BBC – 1920s. In: https://www.bbc.com/timelines/zxqc4wx (14.05.2019).

BBC (o.J.b): Annual report and accounts. In: https://www.bbc.com/aboutthebbc/reports/annualreport (14.05.2019).

BBC (o.J.c): BBC Trust. In: https://www.bbc.co.uk/bbctrust/ (14.05.2019).

BBC (o.J.d): Audience Council England Meetings. In: https://www.bbc.co.uk/bbctrust/who_we_are/audience_councils/england/role_remit/ace_meetings_2013.html (14.05.2019).

BBC (o.J.e): What Happens to Your Complaint? In: http://www.bbc.co.uk/complaints/handle-complaint/ (14.05.2019).

BBC (o.Jf): BBC Board. The Board ensures that the BBC delivers its mission and public purposes. In: https://www.bbc.com/aboutthebbc/whoweare/bbcboard (04.06.2019)

BBC (o.J.g): IPlayer. In: https://www.bbc.co.uk/iplayer (14.05.2019).

BBC (o.J.h): BBC Sounds. In: https://www.bbc.co.uk/sounds/play/live:bbc_radio_two (03.06.2019).

BBC (o.J.i): More programmes to watch, more time to watch them. In: https://www.bbc.co.uk/iplayer/features/30-days (18.05.2019).

BBC (o.J.j): Archive. In: http://www.bbc.co.uk/archive/ (14.05.2019).

BBC Agreement – Broadcasting. An Agreement between Her Majesty's Secretary of State for Culture, Media and Sport and the British Broadcasting Corporation. Presented to Parliament by the Secretary of State for Culture, Media and Sport by Command of Her Majesty, December 2016. In: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/584329/57965_Cm_9366_Print__1_.pdf (19.05.2019).

BBC Licence – Operating license for the BBC's UK Public Services. Issued on 13.10.2019 (updated 31.01.2019). In: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0025/135187/Operating-licence-for-the-BBCs-UK-Public-Services.pdf (14.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Creative Commons (2009): BBC Releases R&DTV Under CC. In: https://creativecommons.org/2009/04/10/bbc-releases-rdtv-under-cc/ (14.05.2019).

Royal Charter 2016. Copy of Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation, December 2016. In: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/577829/57964_CM_9365_Charter_Accessible.pdf (14.05.2019).

Channel 4

C4 (o.J.a): What is Channel 4? In: www.channel4.com/info/corporate/about (14.05.2019).

C4 (o.J.b): Annual Report 2017. In: https://annualreport.channel4.com/ (14.05.2019).

C4 (o.J.c): C4 Compliance Prodecures. Complaints about Programmes, On-Demand and Online Content. In: https://www.channel4.com/producers-handbook/c4-compliance-procedures/internal-procedures-for-reference-up-and-compliance/complaints-about-programmes (14.05.2019).

C4 (o.J.d): Catch up. In: https://www.channel4.com/programmes/catchup (14.05.2019).

Channel 4 (2018): Inspiring the Nation. Channel Four Television Corportation Report and Financial Statements 2017. In: https://annualreport.channel4.com/downloads/28182_Channel4_AR17_A_Full.pdf (14.05.2019).

Channel 4 Licence (17.12.2004): Licence granted to the Channel Four Television Corporation to provide the Channel 4 service under Part 1 of the Broadcasting Act 1990 (as amended) and Part 3 of the Communications Act 2003. In: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0017/7073/c4licence.pdf (18.05.2019).

OFCOM (2014): Renewal of the Channel 4 licence. In: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0033/83778/channel_4_licence_renewal_statement.pdf (18.05.2019).

Sianel Pedwar Cymru (S4C)

BBC Trust (o.J.): BBC-S4C Operating Agreement published. In: https://www.bbc.co.uk/bbctrust/news/press_releases/2013/s4c_op_agreement (14.05.2019).

Office of National Statistics (2018): Population estimates for the UK, England and Wales, Scotland and Northern Ireland: mid-2017. In: https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/populationestimates/bulletins/annualmidyearpopulationestimates/mid2017 (27.05.2019).

S4C (2018): Annual Report and Statement of Accounts for the 12 month period to 31 March 2018. In: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/726175/S4C_Annual_Report_and_Accounts_Spreads.pdf (21.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

S4C (o.J.a): About S4C. In: http://www.s4c.cymru/en/about-us/introducing-s4c/page/17280/introducing-s4c/ (14.05.2019).

S4C (o.J.b): Annual Reports. In: http://www.s4c.cymru/en/about-us/authority/page/17305/annual-reports/ (14.05.2019).

S4C (o.J.c): Authority. In: http://www.s4c.cymru/en/about-us/authority/ (14.05.2019).

S4C (o.J.d): Make a complaint. In: http://www.s4c.cymru/en/contact-us/page/17087/make-a-complaint/ (14.05.2019).

S4C (o.J.e): S4C Clic. In: https://www.s4c.cymru/clic/ (14.05.2019).

Williams, Euryn Ogwen (2017): Building an S4C for the future. An independent review for the Department for Digital, Culture, Media & Sport. In: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/695964/Building_an_S4C_for_the_Future_English_Accessible.pdf (19.05.2019).

Irland

Accountable Journalism (2017h): Press Council: Ireland. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/press-council-ireland (06.05.2019).

BAI (o.J.): How to Make a Complaing. In: http://www.bai.ie/index.php/broadcasting-complaints/ (07.05.2019).

Broadcasting Act 18/2009. In: http://www.irishstatutebook.ie/eli/2009/act/18/enacted/en/print.html (07.05.2019).

Constitution of Ireland (1937): Constitution of Ireland (Stand: Dezember 2018). In: http://www.irishstatutebook.ie/eli/cons/en/html#article40_6_1 (07.05.2019).

Flynn, Roddy (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Ireland. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61144/2018_Ireland.pdf (06.05.2019).

LyngSat (o.J.hi): Free TV from Ireland. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Ireland.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.hii): Free Radio from Ireland. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Ireland.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.hiii): TV from Ireland. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Ireland.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.hiv): Radio from Ireland. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Ireland.html (15.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Radió Teilifís Éireann (RTÉ)

RTÉ (2002) RTÉ Programm-Makers' Guidline. In: http://www.rte.ie/documents/about/programmemakersguidelines.pdf (07.05.2019).

RTÉ (2018): RTE a year in review. Annual Report & Group Financial Statements 2017. In: https://www.rte.ie/annualreport/pdfs/RTE_Annual_Report_2017.pdf (07.05.2019).

RTÉ (o.J.a): History of Raidió Teilifís Éireann. In: www.rte.ie/archives/exhibitions/681-history-of-rte (07.05.2019).

RTÉ (o.J.b): Annual Reports. In: www.rte.ie/about/en/policies-and-reports/annual-reports (07.05.2019).

RTÉ (o.J.c): Audience Council. In: https://www.rte.ie/about/en/how-rte-is-run/2015/0518/701954-audience-council/ (07.05.2019).

RTÉ (o.J.d): RTÉ's Complaints Process. In : https://www.rte.ie/about/en/information-and-feedback/complaints/2012/0222/291660-complaints-procedure/ (09.05.2019).

RTÉ (o.J.e): RTÉ Player. In: https://www.rte.ie/player/ (07.05.2019).

RTÉ (o.J.f): Archives daily. In: www.rte.ie/archives (07.05.2019).

Teilifís Gaeilge Ceathair (TG4)

CSO (2017): The Irish Language. In: https://www.cso.ie/en/media/csoie/releasespublications/documents/population/2017/7._The_Irish_language.pdf (27.05.2019).

TG4 (2011): Code of Practice on Handlung Complaints. In: https://d1og0s8nlbd0hm.cloudfront.net/tg4-redesign-2015/wp-content/uploads/2015/08/complaint-handling-B.pdf (09.05.2019).

TG4 (2018): TG4 Annual Report 2017. In: https://d1og0s8nlbd0hm.cloudfront.net/tg4-redesign-2015/wp-content/uploads/2015/08/TG4-Tuarascail-17-B1.pdf (07.05.2019).

TG4 (o.J.a): Background. In: www.tg4.ie/en/corporate/background.html (07.05.2019).

TG4 (o.J.b): Links to TG4 Corporate Governance Documents. In: https://www.tg4.ie/en/corporate/corporate-governance/ (07.05.2019).

TG4 (o.J.c): Inniu ar TG4. https://www.tg4.tv/ga/ (07.05.2019).

TG4 (o.J.d): TG4 Board. In: https://www.tg4.ie/en/corporate/tg4-board/ (07.05.2019).

Italien

Accountable Journalism (2017i): Press Council: Italy. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Italy (06.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Brogi, Elda (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Italy. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61145/2018_Italy_EN.pdf (06.05.2019).

Constitutione della Repubblica Italiana 1947. Tipografia del Senato 2009. In: https://www.senato.it/documenti/repository/istituzione/costituzione.pdf (18.05.2019).

D.Lgs. (Decreto Legislativo) 177/2005 del 31.07.2005. Testo unico die servizi di media audiovisivi e radiofonici. In: http://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2005-07-31;177!vig= (18.05.2019).

Legge 112/2004 del 03.05.2004. Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.a., nonche' delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione. In: http://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2004-05-03;112!vig= (18.05.2019).

LyngSat (o.J.ji): Free TV from Italy. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Italy.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.jii): Free Radio from Italy. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Italy.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.jiii): TV from Italy. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Italy.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.jiv): Radio from Italy. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Italy.html (15.05.2019).

ODG (o.J.): Ordine dei Giornalisti. Consiglio Nazionale. In: https://www.odg.it/ (19.05.2019).

Radiotelevisione Italiana (Rai)

Contratto di servizio Rai 2018-2022. Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie generale, n. 55 del 7 marzo 2018. In: https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/Contratto-di-servizio-Rai-2018-2022.pdf (18.05.2019).

Convenzione tra MiSE e Rai 27.7.2017. Convenzione per la concessione per il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (approvata con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri su proposta del Ministro dello sviluppo economico di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze del 28 aprile 2017). In: https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/convenzione_mise_rai_27_luglio_2017.pdf (18.05.2019).

Legge 220/2015 del 28.12.2015. Riforma della RAI e del servizio pubblico radiotelevisivo. Intrata in vigore del provvdimento: 30.01.2016. In: https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/01/15/16G00007/sg (18.05.2019).

MiSE (Ministerio dello Sviluppo Economico) (2019): RAI – Radiotelevisione Italiana. In: https://www.mise.gov.it/index.php/it/comunicazioni/televisione/rai (18.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Rai (2019a): La storia della radio dal 1924 al 1933. In: http://www.storiadellaradio.rai.it/dl/portali/site/articolo/ContentItem-d3384361-91fc-4b38-b8ab-9ec4031ec7aa.html (14.05.2019).

Rai (2019b): La storia della radio dal 1949 al 1960. In: http://www.storiadellaradio.rai.it/dl/portali/site/articolo/ContentItem-117dd806-169c-49ce-958c-39efa84bf6af.html (14.05.2019).

Rai (o.J.a): La Governance di Rai. In: http://www.rai.it/trasparenza/La-governance-di-Rai-3c2bc9d8-6b88-43d5-ba24-a49ed6b6fa7e.html (18.05.2019).

Rai (o.J.b): Bilanci. In: https://www.rai.it/trasparenza/Bilanci-b5a1b45c-a875-4d42-ba62-e51518b57fa7.html (14.05.2019).

Rai (o.J.c): Contatta la Rai. In: http://www.rai.it/portale/Contatta-la-Rai-89059219-0e3a-453e-84a1-d73978f7d859.html (14.05.2019).

Rai (o.J.d): Blog. In: http://www.rainews.it/blog (14.05.2019).

Rai (o.J.e): Con Licenza Creative Commons. In: www.rai.it/dl/docs/1334762451642regolamento_2012.PDF (14.05.2019).

Rai (o.J.f): RaiPlay Programmi. In: https://www.raiplay.it/programmi/ (14.05.2019).

Rai (o.J.g): Rai Play Radio. In: https://www.raiplayradio.it/ (19.05.2019).

Rai (o.J.h): Rai Teche. In: http://www.teche.rai.it/ (14.05.2019).

Rai (2018): Reports and Financial Statement sas at 31. December 2017. In: https://www.rai.it/dl/doc/1536229057967_Bilancio%20Rai%202017%20-%20Inglese%205.09.2018.pdf (14.05.2019).

Regio decreto-legge 246/1938 del 21.2.1938. Disciplina degli abbonamenti alle radioaudizioni. Pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 78 del 5. Parile 1938. In: http://def.finanze.it/DocTribFrontend/getAttoNormativoDetail.do?ACTION=getSommario&id={F85BEDD9-A156-4891-9DA5-1449D8F67591} (18.05.2019).

Statuto della Rai – Radiotelevisione italiana S.p.A. In: http://www.rai.it/dl/doc/1533290900193_Statuto.pdf (18.05.2019).

Kanada

Accountable Journalism (2017j): Press Council: Canada. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Canada (06.05.2019).

Broadcasting Act 11/1991 of 01.02.1991, last amended on 16.12.2014. In: http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/B-9.01.pdf (09.05.2019).

CBC News (2015): $25 basic cable package must be in place by March 1. In: https://www.cbc.ca/news/business/cable-changes-timing-1.3326645 (17.09.2019).

CRTC Act 1985, last amended on 1.7.2014 (Stand 8.4.2019). In: https://laws.justice.gc.ca/eng/acts/C-22/page-1.html#h-74785 (13.05.2019).

CRTC 2019: TV and Radio Advertising Basics. In: https://crtc.gc.ca/eng/television/publicit/publicit.htm (14.05.2019).

LyngSat (o.J.ki): Free TV from Canada. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Canada.html (15.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

LyngSat (o.J.kii): Free Radio from Canada. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Canada.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.kiii): TV from Canada. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Canada.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.kiv): Radio from Canada. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Canada.html (15.05.2019).

The Constitution Acts 1867 to 1982 (Stand am 1.1.2013). In: http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/CONST_E.pdf (09.05.2019).

Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

APTN (2017): Financial Statements of Aboriginal Peoples Television Network Incorporated. Year ended August 31, 2017. In: https://aptn.ca/pdf/en/APTN-FinancialStatement2017_EN.PDF (09.05.2019).

APTN (2018): Communiqué 2018. In : https://corporate.aptn.ca/wp-content/uploads/2018/12/18APTN10001-Communique-2018_v 9_LR.pdf (21.05.2019).

APTN (o.J.a): APTN History. In: https://corporate.aptn.ca/about/our-story (09.05.2019).

APTN (o.J.b): Reports. In: https://corporate.aptn.ca/about/reports/?y=2018 (09.05.2019).

APTN (o.J.c): Community Events. In: https://www.aptncommunity.ca/. (13.05.2019).

APTN (o.J.d): Sponsorships & Donations. Creating relationsships beyond the screen. In: https://corporate.aptn.ca/sponsorship-donation/ (14.05.2019).

APTN (o.J.e): APTN Insiders. In: https://aptn.ca/insiders/ (09.05.2019).

APTN (o.J.f): Full Episodes. In: http://aptn.ca/fullepisodes (09.05.2019).

By-Law No. 15. In: http://aptn.ca/pdf/en/APTN_BYLAWS_15.pdf (09.05.2019).

Broadcasting Decision CRTC 2018-340: APTN – Licence renewal and renewal of mandatory distribution order. In: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2018/2018-340.pdf (09.05.2019).

Industry Canada (2018): Company Profile – Indigenous Business Directory. Aboriginal Peoples Television Network. In: http://www.ic.gc.ca/app/ccc/srch/nvgt.do?lang=eng&prtl=1&estblmntNo=123456176386&profile=cmpltPrfl&profileId=21&app=sold (09.05.2019).

Statistics Canada (2017): Focus on Geography Series, 2016 Census. Aboriginal Peoples. https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/as-sa/fogs-spg/Facts-CAN-eng.cfm?Lang=Eng&GK=CAN&GC=01&TOPIC=9 (27.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

Broadcasting Decision CRTC 2013-263 and Broadcasting Orders CRTC 2013-264 and 2013-265. Canadian Broadcasting Corporation – Licence Renewal, 28.5.2013. In: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2013/2013-263.pdf (13.05.2019).

CBC (o.J.a): Our history. In: www.cbc.radio-canada.ca/en/explore/our-history (09.05.2019).

CBC (o.J.b): Annual Reports Archive. In: www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/financial-reports/annual-report-archives (09.05.2019).

CBC (o.J.c): Complaints. In: http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/acts-and-policies/programming/journalism/complaints/ (13.05.2019).

CBC (o.J.d) : Ombudsperson. In: http://www.ombudsman.cbc.radio-canada.ca/en/contact-us/ (13.05.2019).

CBC (o.J.e): How can I submit my music to CBC for broadcast? In: https://cbchelp.cbc.ca/hc/en-us/articles/115001708814-How-can-I-submit-my-music-to-CBC-for-broadcast- (13.05.2019).

CBC (o.J.f): CBC Player. In: www.cbc.ca/player (09.05.2019).

CBC (o.J.g): CBC Archives. In: www.cbc.ca/archives (09.05.2019).

CBC (2006): Advertising Standards. In: https://cbc.radio-canada.ca/en/vision/governance/programming-policies/advertising (14.05.2019).

CBC (2018a): Annual report 2017-2018. In: https://site-cbc.radio-canada.ca/documents/impact-and-accountability/finances/2017-2018-annual-report-cbc-radio-canada.pdf (22.05.2019).

CBC (2018b): Our Performance - Mandate and Vision. In: https://site-cbc.radio-canada.ca/site/annual-reports/2017-2018/accountability-plan/your-performance-mandate-and-vision-en.html (14.09.2019).

CBC (2019): Why is there a subscription fee to stream CBC News Network? In: https://cbchelp.cbc.ca/hc/en-ca/articles/217369818-Why-is-there-a-subscription-fee-to-stream-CBC-News-Network- (14.05.2019).

Pinto, Jordan (2018): CRTC extends CBD's broadcast licence to 2020. In: Playback of 20.10.2018. In: http://playbackonline.ca/2018/10/30/crtc-extends-cbcs-broadcast-licence-to-2020/ (13.05.2019).

Sencanada (o.J.): The Standin Senate Committee on Official Languages. In: www.parl.gc.ca/Content/SEN/Committee/412/ollo/rms/01apr14/Report-e.htm (09.05.2019).

The Canadian Encyclopedia (o.J.): CBC/Radio-Canada. In: http://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/canadian-broadcasting-corporation/ (09.05.2019).

Neuseeland

Accountable Journalism (2017k): Press Council: New Zealand. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/New-Zealand (06.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Broadcasting Act 25/1989 of 27.5.1989. Reprint as at 21.3. 2017. In: http://www.legislation.govt.nz/act/public/1989/0025/latest/DLM155365.html (17.05.2019).

BSA (o.J.): Broadcasting Standards Authority. Overseeing and promoting broadcasting standards on behalf of New Zealanders. In: https://bsa.govt.nz/ (17.05.2019).

Crown Entities Act 115/2004 as of 21.12.2004. Reprint as at 31.12.2018. In: http://www.legislation.govt.nz/act/public/2004/0115/latest/whole.html (17.05.2019).

Edelman Trust Barometer (2018): The Battle fort he Truth: 2018 Acumen Edelman Trust Barometer. In: https://www.acumenrepublic.com/media/1406/trust-barometer-new-zealand-march-2018.pdf (15.05.2019).

LyngSat (o.J.li): Free TV from New Zealand. In: https://www.lyngsat.com/freetv/New-Zealand.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.lii): Free Radio from New Zealand. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/New-Zealand.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.liii): TV from New Zealand. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/New-Zealand.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.liv): Radio from New Zealand. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/New-Zealand.html (15.05.2019).

The Encyclopedia of New Zealand (o.J.): Story: Media and Politics. Ownership and regulation. In: http://www.teara.govt.nz/en/media-and-politics/page-2 (15.05.2019).

MCH (2015): Online Media Standards Authority open for business. In: https://mch.govt.nz/news-events/news/online-media-standards-authority-open-business (17.05.2019).

NZ On Air (o.J.): Our funding strategy. In: https://www.nzonair.govt.nz/about/our-funding-strategy/ (17.05.2019).

Māori Television Service (MTS)

Māori Television Service (Te Aratuku Whakaata Irirangi Māori) Act 21/2003 of 07.05.2003. Reprint as at 12.5.2017. In: http://www.legislation.govt.nz/act/public/2003/0021/latest/DLM193696.html (17.05.2019).

MTS (2018): Annual Report for the year ended on 30 June 2018. In: https://www.maoritelevision.com/sites/default/files/attachments/M%C4%81ori%20Television%20Annual%20Report%202018.pdf (21.05.2019).

MTS (o.J.a): About Māori Television. In: www.maoritelevision.com/about/about-maori-television (15.05.2019).

MTS (o.J.b): Official publications. In: https://www.maoritelevision.com/about/about-maori-television/official-publications (17.05.2019).

MTS (o.J.c): Te Whare Haka. Home of Haka. In: https://www.maoritelevision.com/haka (17.05.2019).

MTS (o.J.d): Sales & Advertising. In: https://www.maoritelevision.com/about/sales-advertising (17.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

MTS (o.J.e): Making a Formal Complaint. In: https://www.maoritelevision.com/about/about-maori-television/making-formal-complaint (17.05.2019).

MTS (o.J.f): Latest updates. In: https://www.maoritelevision.com/about/producers/latest-updates (17.05.2019).

MTS (o.J.g): On Demand. Latest videos available to watch online. In: https://www.maoritelevision.com/tv/on-demand (17.05.2019).

MTS (o.J.h): Why advertise on Māori Television. In: https://www.maoritelevision.com/about/sales-advertising/why-advertise-maori-television (18.05.2019).

Stats NZ (2018): Māori population estimates: At 30 June 2018. In: https://www.stats.govt.nz/information-releases/maori-population-estimates-at-30-june-2018 (27.05.2019).

Walters, Laura (2018): Can Te Mātāwai save te reo? First regional funding round underway. 23.1.2018. In: Can https://www.stuff.co.nz/national/politics/100798050/can-te-mtwai-save-te-reo-first-regional-funding-round-underway (15.05.2019).

Radio New Zealand (RNZ)

Radio New Zealand Act 52/1995 of 25.09.1995. Reprint as at 02.04.2016. In: http://www.legislation.govt.nz/act/public/1995/0052/latest/DLM368575.html (17.05.2019).

RNZ (o.J.a): About Radio New Zealand. In: www.radionz.co.nz/about (15.05.2019).

RNZ (o.J.b): Corporate Publications. In: https://www.rnz.co.nz/about/documents (17.05.2019).

RNZ (o.J.d): Formal Complaints. In: https://www.rnz.co.nz/about/formalcomplaints/new?type=on_air (17.05.2019).

RNZ (o.J.d): Terms of use. In: https://www.rnz.co.nz/about/legal (17.05.2019).

RNZ (o.J.e): Programmes on RNZ National. In: https://www.rnz.co.nz/national/programmes (17.05.2019).

RNZ (o.J.f): Topics. In: https://www.rnz.co.nz/topics (27.05.2019).

RNZ (2018a): Good Employer Report 2017. In: https://www.rnz.co.nz/assets/cms_uploads/000/000/087/Good_Employer_report_2017.pdf (18.05.2019).

RNZ (2018b): Annual Report 2017-2018. In: https://www.radionz.co.nz/assets/cms_uploads/000/000/093/RNZ_2017_-_2018_Annual_Report_2018_WEB.pdf (15.05.2019).

Television New Zealand (TVNZ)

Television New Zealand (TVNZ) Act 1/2003 of 27.02.2003. Reprint as at 23.07.2011. In: http://www.legislation.govt.nz/act/public/2003/0001/latest/DLM183337.html (17.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:54
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

TVNZ (2018): Annual report financial Year 2017. In: https://images.tvnz.co.nz/tvnz_images/TVNZ%20Financial%20Report%202017%20Final.pdf (15.05.2019).

TVNZ (o.J.a): The Early Years. In: http://tvnz.co.nz/tvnz-corporate-comms/early-years-4919779 (15.05.2019).

TVNZ (o.J.b): Here and Now. In: http://tvnz.co.nz/tvnz-corporate-comms/here-and-now-4919789 (15.05.2019).

TVNZ (o.J.c): About TVNZ. In: http://tvnz.co.nz/tvnz-corporate-comms/tvnz-4880728 (15.05.2019).

TVNZ (o.J.d): Making a formal Complaint. In: http://tvnz.co.nz/tvnz-corporate-comms/making-formal-complaint-4919769 (17.05.2019).

TVNZ (o.J.e): TVNZ Blacksan. Welcome to the home of making stuff happen. In: https://blacksand.co.nz/ (17.05.2019)

TVNZ (o.J.f): TNZ OnDemand. In: https://www.tvnz.co.nz/shows (17.05.2019).

Niederlande

Accountable Journalism (2017l): Press Council: Netherlands. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Netherlands (06.05.2019).

Besluit van 29 december 2008 houdende vaststelling van een nieuw Mediabesluit (Mediabesluit 2008) https://wetten.overheid.nl/BWBR0025036/2018-01-01 (01.01.2018).

LyngSat (o.J.mi): Free TV from Netherlands. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Netherlands.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.mii): Free Radio from Netherlands. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Netherlands.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.miii): TV from Netherlands. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Netherlands.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.miv): Radio from Netherlands. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Netherlands.html (15.05.2019).

Mediamonitor (o.J.a): Radio in 2017. In: https://www.mediamonitor.nl/mediamarkten/radio/radio-in-2017 (15.05.2019).

Mediamonitor (o.J.b): Televisie in 2017. In: https://www.mediamonitor.nl/mediamarkten/televisie/televisie-2017/ (15.05.2019).

Mediamonitor (o.J.c): Internet in 2017. In: https://www.mediamonitor.nl/mediamarkten/internet/internet-in-2017/ (15.05.2019).

Mediawet 2008 – Wet van 29.12.2008 tot vaststelling van een nieuwe Mediawet (Geldend van 30-05-2018 t/m heden). In: https://wetten.overheid.nl/BWBR0025028/2018-05-30 (15.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Nederlandse Grondwet (Stand 22.09.2008). Translation by the Government: The Constitution of the Kingdom of the Netherlands 2008. In: http://www.government.nl/files/documents-and-publications/regulations/2012/10/18/the-constitution-of-the-kingdom-of-the-netherlands-2008/the-constitution-of-the-kingdom-of-the-netherlands-2008.pdf (17.05.2019).

Rossini, D.A. (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Netherlands. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61150/2018_Netherlands_EN.pdf (06.05.2019).

RVDJ (o.J.): Over de Raad. In: https://www.rvdj.nl/over-de-raad (06.05.2019).

Nederlandse Publieke Omreop (NPO)

NPO (2018): Jaarverslag 2017. In: https://over.npo.nl/download/nl/440 (15.05.2019).

NPO (o.J.a): Geschiedenis van de publieke omroep. In: https://over.npo.nl/organisatie/geschiedenis (15.05.2019).

NPO (o.J.b): Omroepen, netten en zenders. In: https://over.npo.nl/organisatie/wie-zijn-wij/omroepen-netten-en-zenders#content (15.05.2019).

NPO (o.J.c): Jaarverslag. In: https://over.npo.nl/organisatie/onze-prestaties/jaarverslag (15.05.2019).

NPO (o.J.d): Concessiebeleidsplan. In: https://over.npo.nl/organisatie/onze-prestaties/concessiebeleidsplan (17.05.2019).

NPO (o.J.e): Klachtenprocedure. In: https://ombudsman.npo.nl/klacht-indienen/klachtenprocedure (17.05.2019).

NPO (o.J.f): NPO Start. In: https://www.npostart.nl/programmas (17.05.2019).

NPO Radio 1 (o.J.): Podcasts. In: https://www.nporadio1.nl/podcasts (17.05.2019).

o.A. (2018): Reclamevrije NPO leidt niet tot meer reclames bij RTL. 10.12.2018. In: https://www.mediacourant.nl/2018/12/reclamevrije-npo-leidt-niet-tot-meer-reclames-bij-rtl/ (15.05.2019).

Rijksoverheid (o.J.): Wat doet de Nederlandse Publieke Omroep (NPO)? In: https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/vraag-en-antwoord/nederlandse-publieke-omroep (15.05.2019).

Norwegen

Accountable Journalism (2017m): Press Council: Norway. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/press-council-noway (06.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Act relating to broadcasting and audiovisual on-demand services (the Broadcasting act) (LOV-1992-12-04-127) (unofficial translation, 18.4.2018). In: http://www.medietilsynet.no/globalassets/engelsk/180418-act-relating-to-broadcasting-and-audiovisual-on-demand-services.pdf (17.052.2019)

FOR 153/1997 av 28.02.1997 (Stand am 1.1.2018). Forskrift om kringkasting og audiovisuelle bestil-lingstjenester. In: http://www.lovdata.no/for/sf/ku/xu-19970228-0153.html (19.05.2019).

LOV-1814-05-17 from 17.05.1814 (Stand 11.06.2018). The Constitution of the Kingdom of Norway In: https://lovdata.no/dokument/NLE/lov/1814-05-17 (17.05.2019).

LOV 127/1992 av 04.12.1992 (Stand am 1.7.2017). Lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester (kringkastingsloven). In: http://www.lovdata.no/all/nl-19921204-127.html (17.05.2019).

LyngSat (o.J.ni): Free TV from Norway. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Norway.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.nii): Free Radio from Norway. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Norway.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.niii): TV from Norway. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Norway.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.niv): Radio from Norway. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Norway.html (15.05.2019).

Medietilsynet (2018): Allmen Kringkastings Rapporten 2017. In: https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/allmennkringkasting/allmennkringkastingsrapporten2017.pdf (16.05.2019).

Pressens Faglige Utvald (2015): Vær Varsom-plakaten. In: https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/ (06.05.2019).

Regulation relating to broadcasting and audiovisual on-demand services (FOR-1997-02-28-153) (unofficial translation, 1.1.2018). In: http://www.medietilsynet.no/globalassets/engelsk/180418-regulation-relating-to-broadcasting-and-audiovisual-on-demand-services.pdf (17.05.2019).

Norsk Rikskringkasting (NRK)

NRK-plakaten per 18. Juni 2012. In: https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kud/medier/nrk/nrk-plakaten_per_18juni2012.pdf (17.05.2019).

NRK (2009): Download Bergensbanen in HD. In: https://nrkbeta.no/2009/12/18/bergensbanen-eng/ (15.05.2019).

NRK (2015): NRK's History in Brief. In: http://www.nrk.no/informasjon/about_the_nrk/1.3698330 (15.05.2019).

NRK (2018a): Resultat og nøkkeltall [Ergebnisse und Kennzahlen] 2013-2017. In: https://fido.nrk.no/442b6a7f2c520d4c1fce9102599528472372 1336ce25394f935372850320d47f/aarsregnskap2017.pdf (15.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

NRK (2018b): NRKs vedtekterplakaten. In: https://www.nrk.no/informasjon/nrks-vedtekter-1.5392438 (17.05.2019).

NRK (2018c): Stemmer som utfordrer. Allmennkringkasterregnskapet [Stimmen die fordern. Buchhaltung des öffentlichen Rundfunks] 2017. In: https://fido.nrk.no/8caba6e67413d6cdffefa36cc1f972ef0983f3fb2d80faa2ff7ad689dcf73096/NRKAllmenkringkasterregnskapet2017.pdf (15.05.2019).

NRK (o.J.a): NRK årsrapport. In: https://www.nrk.no/aarsrapport/ (15.05.2019).

NRK (o.J.b): Kontakt NRK. In: https://www.nrk.no/kontakt/kontakt-nrk-1.11587125 (15.05.2019).

NRK (o.J.c): Kringkastingsrådet. In: https://hjelp.nrk.no/faq/hvem-sitter-i-kringkastingsradet/ (15.05.2019).

NRK (o.J.d): NRK TV. In: https://tv.nrk.no/ (17.05.2019).

NRK (o.J.e): NRK Radio. In: https://radio.nrk.no/ (17.05.2019).

NRK (o.J.f): NRK-arkivet. In: https://tv.nrk.no/programmer/NRK-arkivet (17.05.2019).

Österreich

Accountable Journalism (2017n): Press Council: Austria. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Austria (06.05.2019).

LyngSat (o.J.oi): Free TV from Austria. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Austria.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.oii): Free Radio from Austria. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Austria.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.oiii): TV from Austria. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Austria.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.oiv): Radio from Austria. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Austria.html (15.05.2019).

RTR (o.J.): Medien. In: https://www.rtr.at/de/m/Medien (17.05.2016).

Seethaler, Josef/Beaufort, Maren/Dopona, Valentina (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Austria. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61130/2018_Austria_EN.pdf (06.05.2019).

Österreichischer Rundfunk (ORF)

Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (ORF-Gesetz/ORF-G) vom 21.09.1984 (Fassung vom 17.05.2019). In: http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung/Bundesnormen/10000785/ORF-G%2c%20Fassung%20vom%2012.05.2015.pdf (17.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Demokratiezentrum (o.J.): ORF. In: http://www.demokratiezentrum.org/wissen/wissenslexikon/orf.html (15.05.2019).

ORF (2014): „Wechselseitige Kommunikation“ erlaubt. In: https://orf.at/v 2/stories/2224549/2224548/ (18.05.2019).

ORF (2018a): Anhang zum Jahresabschluss per 31. Dezember 2017. In: https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/veroeffentlichungen/2018/erlaeuternde_bemerkungen_zum_orf_einzelabschluss_2017.pdf (15.05.2019).

ORF (2018b): ORF – Jahresbericht 2017. In: http://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/veroeffentlichungen/2018/jb_2017_final.pdf (16.05.2019).

ORF (2019): ORF.at verabschiedet sich von Facebook. In: https://orf.at/stories/3115967/ (18.05.2019).

ORF (o.J.a): Der ORF: Programm für Österreich. In: https://der.orf.at/unternehmen/der-orf100.html (15.05.2019).

ORF (o.J.b): Recht und Grundlagen: Jahresbericht. In: https://der.orf.at/unternehmen/recht-grundlagen/jahresberichte/index.html (15.05.2019).

ORF (o.J.c): Der Publikumsrat des ORF. In: http://publikumsrat.orf.at (15.05.2019).

ORF (o.J.d): Beschwerdeausschuss. In: https://der.orf.at/unternehmen/gremien/publikumsrat/aufgaben/ausschuesse/beschwerdeausschuss/index.html (17.05.2019).

ORF (o.J.e): TVthek. In: http://tvthek.orf.at (15.05.2019).

ORF (o.J.f): ORF Radio. In: https://radio.orf.at/ (15.05.2019).

ORF (o.J.g): ORF Archive. In: http://tvthek.orf.at/archive (15.05.2019).

Schweden

Accountable Journalism (2017o): Press Council: Sweden. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Sweden (06.05.2019)

Färdigh, Mathias A. (2018): Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Country Report: Sweden. In: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/61158/2018_Sweden_EN.pdf (06.05.2019).

Forvaltningsstiftelsen (o.J.): Forvaltningsstiftelsen. In: http://www.forvaltningsstiftelsen.se (16.05.2019).

Lag (2018:1893) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst från 30.11.2018. In: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-20181893-om-finansiering-av-radio-och-tv-i_sfs-2018-1893 (19.05.2019).

LyngSat (o.J.pi): Free TV from Sweden. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Sweden.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.pii): TV from Sweden. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Sweden.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.piv): Radio from Sweden. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Sweden.html (15.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

MMS (2018): MMS Halvårsrapport 2017. 2017-01-02 – 2017-07-02. In: http://mms.se/wp-content/uploads/_dokument/rapporter/tv-tittande/ar/Halv%C3%A5rsrapporter/Halv%C3%A5rsrapport_2017.pdf (16.05.2019).

MMS (2019): MMS Årsrapport 2018. 2018-01-01 – 2018-12-30 In: http://mms.se/wp-content/uploads/_dokument/rapporter/tv-tittande/ar/%C3%85rsrapporter/%C3%85rsrapport%202018.pdf (16.05.2019).

Myndigheten för press radio och tv (2015): Anmäla ett program. In: http://www.radioochtv.se/sv/att-anmala/anmal-program/ (16.05.2019).

Radio- och TV-Lag (2010:696) från 17.6.2010 (Ändrad t.o.m. SFS 2018:2094). In: http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Radio--och-tv-lag-2010696_sfs-2010-696/ (19.05.2019).

Sveriges Radio (SR)

Anslagsvillkor för 2018 avseende Sveriges Radio AB. In: https://sverigesradio.se/diverse/appdata/isidor/files/3113/f1a3be05-8d44-4b78-a409-e70e86f98f0b.pdf (19.05.2019).

Sändningstillståndet för Sveriges Radio 2014-2019. In: http://sverigesradio.se/diverse/appdata/isidor/files/3113/14011.pdf (19.05.2019).

SR (2018a): Sveriges Radio Årsredovisning 2017. In: https://sverigesradio.se/diverse/appdata/isidor/files/3113/68889f95-ddfd-4949-a3d6-60083c36f05a.pdf (16.05.2019).

SR (2018b): Public Service-Redovisning. In: https://sverigesradio.se/diverse/appdata/isidor/files/3113/1d418606-1096-4dee-8440-2603a760f027.pdf (21.05.2019).

SR (o.J.a) Avgörande ögonblick. In: http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1602&artikel=6074691 (16.05.2019).

SR (o.J.b): Publikationer. In: http://sverigesradio.se/sida/gruppsida.aspx?programid=3113&grupp=20844 (16.05.2019).

SR (o.J.c): Kontakta Sveriges Radio. In: https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3113&artikel=1971594 (16.05.2019).

SR (o.J.d): Kanaler. In: https://sverigesradio.se/kanaler (16.05.2019).

SR (o.J.e): Hitta i Avgörande ögonblicks arkiv! In: https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1602&artikel=5734520 (16.05.2019).

Sveriges Television (SVT)

Anslagsvillkor för 2018 avseende Sveriges Television AB. In: https://www.mprt.se/documents/ps%20anslagsvillkor/rb%2059%20anslagsvillkor%20f%C3%B6r%202018%20avseende%20sveriges%20radio%20ab.pdf?epslanguage=sv (19.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Sändningstillståndet för Sveriges Television 2014-2019. In: https://www.svt.se/omoss/media/filer_public/06/1f/061fc8d0-dfba-441c-9740-59639eafbe29/sandningstillstand_2014_-_2019.pdf (19.05.2019).

SVT (o.J.a): SVT – the Swedish public service broadcaster. In: www.svt.se/aboutsvt/the-swedish-public-service-broadcaster (16.05.2019).

SVT (2018): Sveriges Televisions public service-redovisning 2017. In: https://www.svt.se/omoss/media/filer_public/48/d4/48d45272-5faa-4094-a603-81b396373909/psr_2018_webb.pdf (16.05.2019).

SVT (o.J.b): Public service-redovisningar. In: https://www.svt.se/omoss/var-roll/public-service-redovisningar/ (16.05.2019).

SVT (o.J.c): Så kontaktar du SVT. In: https://kontakt.svt.se/guide/kontakt (16.05.2019).

SVT (o.J.d): SVT Play. In: www.svtplay.se (16.05.2019).

SVT (o.J.e): SVT Öppet Arkiv. In: www.oppetarkiv.se (16.05.2019).

SVT (o.J.f): Öppet Arkiv. In: https://www.svtplay.se/genre/oppet-arkiv (16.05.2019).

Sveriges Utbildningsradio (UR)

Anslagsvillkor för 2018 avseende Sveriges Utbildningsradio AB. In: https://www.ur.se/system/documents/sources/000/000/010/original/Anslagsvilkor_f%C3%B6r_2018_avseende_Sveriges_Utbildningsradio_AB_%28002%29_%281%29.pdf?1513589369 (19.05.2019).

Sändningstillståndet för Sveriges Utbildningsradio 2014-2019. In: https://www.ur.se/system/documents/sources/000/000/004/original/URsSa%CC%88ndningstillsta%CC%8And2014-2019.pdf?1488365024 (19.05.2019).

UR (2018a): Årsredovisning för Räkenskapsåret 2017. In: https://www.ur.se/system/documents/sources/000/000/014/original/UR_%C3%85rsredovisning_2017.pdf?1524839175 (16.05.2019).

UR (2018b): Public Service Redovisningen 2017. In: https://www.ur.se/system/documents/sources/000/000/012/original/URPublicServiceRedovisningen_2017.pdf?1520256654 (16.05.2019).

UR Access (o.J.): Vad är Utbildningsradion, UR? In: http://www.uraccess.se/vad-ar-utbildningsradion-ur/ (16.05.2019).

UR (o.J.a): Här finns UR. In: https://www.ur.se/har-finns-ur (16.05.2019).

UR (o.J.b): Kontakta oss. In: https://www.ur.se/kontakta-oss (16.05.2019).

UR (o.J.c): UR Play. In: https://urplay.se/ (16.05.2019).

UR (o.J.d): Historia. In: https://kunskapskanalen.se/kategori/historia (16.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Schweiz

Accountable Journalism (2017p): Press Council: Switzerland. In: https://accountablejournalism.org/press-councils/Switzerland (06.05.2019)

Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) vom 24.03.2006 (Stand am 1.1.2017). In: https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20001794/index.html (16.05.2019).

Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 (Stand am 23.9.2018). In: https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19995395/index.html#a93 (16.05.2019).

LyngSat (o.J.qi): Free TV from Switzerland. In: https://www.lyngsat.com/freetv/Switzerland.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.qii): Free Radio from Switzerland. In: https://www.lyngsat.com/freeradio/Switzerland.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.qiii): TV from Switzerland. In: http://www.lyngsat-stream.com/tvcountry/Switzerland.html (15.05.2019).

LyngSat (o.J.qiv): Radio from Switzerland. In: http://www.lyngsat-stream.com/radiocountry/Switzerland.html (15.05.2019).

Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) vom 9. März 2007 (Stand am 1.10.2018). In: https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20063007/index.html (16.05.2019).

Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG)

CORSI (o.J.): Consiglio del Pubblico. In: https://www.corsi-rsi.ch/CORSI/Consiglio-del-pubblico (16.05.2019).

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (2018). Jahrbuch 2018 Qualität der Medien. Basel: Schwabe Verlag.

Fretwurst, Benjamin/ Friemel, Thomas/ Bonfadelli, Heinz (2018): Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2018. Schlussbericht, Studie im Auftrag des Bundesmates für Kommunikation BAKOM. In: www.bakom.admin.ch%2Fdam%2Fbakom%2Fde%2Fdokumente%2Fbakom%2Felektronische_medien%2FZahlen%2520und%2520Fakten%2FStudien%2Fnutzung-und-bewertung-radio-tv-programme-2016-schlussbericht.pdf.download.pdf (18.05.2019).

Konzession für die SRG SSR vom 29. August 2018 (Stand 1.1.2019). In: https://www.admin.ch/opc/de/federal-gazette/2018/5545.pdf (16.05.2019).

RSI (o.J.a): Play RSI. In: https://www.rsi.ch/play (16.05.2019).

RSI (o.J.b): C'ero anch'io. In: https://www.rsi.ch/la1/programmi/informazione/c-ero-anch-io/documenti-archivio/ (16.05.2019).

RTSR (o.J.): Conseil du public. In: https://rtsr.ch/conseil-du-public/ (16.05.2019).

RTR (o.J.): Play RTR. In: https://www.rtr.ch/play/tv (16.05.2019).

RTS (o.J.): Play RTS. In: https://www.rts.ch/play (16.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

SRF (o.J.a): Chronik und Archiv. In: https://www.srf.ch/unternehmen/unternehmen/chronik-und-archiv (16.05.2019).

SRF (o.J.b): SRF Play. In: https://www.srf.ch/play (16.05.2019).

SRF (o.J.c): Archivperlen. In: https://www.srf.ch/play/tv/sendung/archivperlen?id=eb4f3b13-0362-4ea8-b7b3-325382c86ef2 (16.05.2019).

SRG SSR (2018): Geschäftsbericht 2017. In: https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/publikationen/geschaeftsbricht/SRG_GB_2017_de.pdf (16.05.2019).

SRG SSR (o.J.a): Ein Abbild der Schweiz. In: http://www.srgssr.ch/de/srg/verein/ (16.05.2019).

SRG SSR (o.J.b): Unternehmen. In: https://www.srgssr.ch/de/wer-wir-sind/organisation/unternehmen/ (16.05.2019).

SRG SSR (o.J.c): Publikationen. In: https://www.srgssr.ch/news-medien/publikationen/ (16.05.2019).

SRG.D (o.J.a): Publikumsrat SRG Deutschschweiz. In: https://www.srgd.ch/de/uber-uns/publikumsrat/ (16.05.2019).

SRG.D (o.J.b): Incumbensas e cumpetenzas. In: https://www.srgd.ch/rm/regionen/srg-ssr-svizra-rumantscha/tgi-essan-nus/organisaziun-e-gremis/cussegl-dal-public/ (16.05.2019).

Statuten der Schweizersichen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR) vom 24. April 2009 (Stand 27.4.2018). In: https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/Organisation/Statuten_SRG_de.pdf (16.05.2019).

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb

https://doi.org/10.5771/9783748901471, am 12.10.2024, 04:22:55
Open Access – (cc) BY-NC-ND – https://www.nomos-elibrary.de/agb