

Das Internet ist im Oktober 50 geworden. Seit 25 Jahren konvergiert der öffentlich-rechtliche Rundfunk ins Netz – im Schnecken tempo. Ein Großprojekt wie eine europäische digitale Plattform scheint da unvorstellbar. Tatsächlich erhält genau dieses Vorhaben, das seitens des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hierzulande seit zwei Jahren vom ARD-Vorsitzenden und BR-Intendanten Ulrich Wilhelm forciert wird (vgl. MK 24/19), immer mehr Unterstützung quer durch das politische Spektrum, wie Volker Grassmuck im folgenden Überblick darstellt, wobei er zu der Feststellung kommt, dass auch die Herausforderungen und Lösungswege für dieses Vorhaben Kontur annehmen. Volker Grassmuck, 58, ist Mediensoziologe. Er promovierte 1999 an der Freien Universität Berlin mit einer Arbeit über die Mediengeschichte Japans. An der Leuphana-Universität Lüneburg leitete Grassmuck von 2012 bis 2015 das Projekt „Grundversorgung 2.0. Zur Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien“. Zuletzt konzipierte er am Center for Advanced Internet Studies (CAIS) in Bochum eine bundesweite Bürgerbeteiligung zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien. MK

Eine eigene Infrastruktur

Der politische Wille ist da: Die europäische digitale Öffentlichkeit hat Rückenwind
Von Volker Grassmuck

Die Wunden sind noch nicht verheilt. Seit der Jahrtausendwende stritten kommerzielle Medien vor der EU gegen den vermeintlich „unfairen Wettbewerb“ im Internet durch die öffentlich-rechtlichen Sender. Der Beihilfe-Komprommiss von 2007 zwischen der EU und Deutschland führte dazu, dass ARD und ZDF Einschränkungen im Online-Bereich Beschränkungen auferlegt wurden. Im Juni 2009 trat der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Kraft, dessen Vorschriften zur Folge hatten, dass die öffentlich-rechtlichen Sender einen großen Teil ihrer Online-Inhalte depublizieren mussten (vgl. FK 22-23/09). Zehn Jahre später ist im 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag eine besonders tiefe Wunde nur notdürftig bandagiert worden: die Presseähnlichkeit und die parallelen „rundfunkähnlichen Telemedien“, mit denen die alten Gestalten von Presse und Fernsehen im Netz zementiert werden, wo sie keinen Sinn machen.

Dennoch ist dieser am 1. Mai 2019 in Kraft getretene Staatsvertrag (vgl. MK 10/19) der größte Schritt für die Öffentlich-Rechtlichen ins Netz, seit den Sonderregeln für Funk, dem für ein junges Publikum gedachten Content-Netzwerk von ARD und ZDF. Diese Regeln haben sich so weit bewährt, dass sie nun auf alle öffentlich-rechtlichen Online-Angebote verallgemeinert werden: Sie dürfen originär fürs Internet – online only – produzieren. Die Verweildauern sind flexibilisiert. In Erweiterung des Kulturauftrags werden sie beauftragt, aufeinander und auf Einrichtungen der Wissenschaft und der Kultur zu verlinken. Sie sollen Interaktion mit ihren Nutzern ermöglichen. Und sie sollen ihre Inhalte auf Drittplattformen veröffentlichen.

Die Macht von YouTube, Instagram & Co.

Drittplattformen sind das größte Dilemma. Stellen die Öffentlich-Rechtlichen ihre Inhalte auf YouTube, Instagram, Twitter & Co., stärken sie damit die Aufmerksamkeitsmacht dieser Plattformen. Tun sie es nicht, dann kommen sie in der Meinungsbildung der digitalen Öffentlichkeit schlicht nicht vor.

Alle sind sich einig in der Klage über Meinungsmacht und Meinungsmache der großen Plattformen aus den USA und zunehmend – Beispiel TikTok – aus China. Das Geschäftsmodell der Plattformen besteht im Kern aus der Erstellung von Nutzerprofilen und deren Versteigerung an Werbetreibende (siehe hierzu die von Johnny Ryan, Civil Liberties und der Digitalen Gesellschaft bei den deutschen Datenschutz-Aufsichtsbehörden eingereichte „Beschwerde gegen DSGVO-widrige verhaltensbasierte Werbung“). Persönliches Targeting ist besonders problematisch bei politischer Werbung (siehe hierzu: „Smart Regulation for Digital Media Pluralism“, White Book des „Media Policy Lab“ der Medienanstalt Berlin Brandenburg/MABB, September 2019).

Algorithmen steuern die Aufmerksamkeit, um Nutzer möglichst lange im eigenen „Ökosystem“ zu halten. Das geht am besten mit Aufregertemen, Sensationellem, Kontroversen, Hass und Verschwörungstheorien, ob im Boulevard oder im Netz. Die Algorithmen, die über die Sichtbarkeit von Inhalten entscheiden, sind für das Geschäftsmodell optimiert, nicht für eine demokratische Öffentlichkeit. Zu denen, die darüber klagen, gehören der ehemalige Facebook-Berater Roger McNamee, der einstige Google-Mitarbeiter Tristan Harris und der Aktivist Markus Beckedahl (netzpolitik.org).

Konzentrationsprozesse zeigen sich auf allen Schichten des Internets, wie die Internet Society in ihrem „Global Internet Report 2019“ aufzeigt. Die für das Publikum sichtbare Anwendungsschicht wird von fünf Unternehmen dominiert. Neben Alphabet (Google), Amazon und Facebook aus den USA sind das auch Tencent und Alibaba aus China. Doch auch auf den darunterliegenden Schichten gibt es jeweils eine schrumpfende Zahl von Anbietern, von den Kabeln über Cloud-Dienste und Content Delivery Networks bis zu Domain-Namendiensten, Datenanalyse und Big-Data-Infrastrukturen, dem Schlüssel für Künstliche Intelligenz (KI), zum Beispiel für maschinelle Übersetzung.

Die Suche nach europäischen Alternativen

Dass YouTube, Facebook & Co. reguliert, vielleicht zerschlagen werden müssen – so etwa EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager in den ARD- „Tagesthemen“ (8.5.2019) –, wird immer deutlicher. Der „Medien- und Kommunikationsbericht 2018“ der Bundesregierung konzentriert sich auf die Vielfaltsicherung auf solchen Plattformen, die nun im Entwurf des neuen Medienstaatsvertrags angegangen wird. Hinsichtlich der öffentlich-rechtlichen Sender betont der Bericht Entwicklungsgarantie und Innovationsoffenheit. Das scheinbare Überangebot von Informationen im Netz lasse das Bedürfnis nach unabhängigen, verlässlichen Informationen und nach Unterstützung bei der Orientierung nur weiter ansteigen: „In der europäischen Medienpolitik wächst seit längerem der Wunsch, die Entwicklung von Konkurrenzangeboten zu den bislang US-dominierten Plattformen zu befördern und damit nicht nur identitätsstiftende europäische, qualitativ hochwertige Inhalte sichtbar zu machen, sondern auch den europäischen digitalen Binnenmarkt zu stärken und einen Beitrag zur Meinungsvielfalt in Europa zu leisten.“ Daher heißt es im Medienbericht: „Aus Sicht der Bundesregierung sind derartige Initiativen zu begrüßen, können sie doch dazu beitragen, europäische Inhalte weiter zu verbreiten und so eine europäische Identität zu befördern.“

Der Ruf nach „digitaler Souveränität“ wird lauter. Die Snowden-Enthüllungen 2013 waren ein Weckruf: Europa braucht eine eigene digitale Infrastruktur, die von Europa kontrolliert wird und nicht von Dritten und die auf europäischen Werten ruht: Vielfalt, Gemeinwohlorientierung und Datenschutz, bei dem die EU mit der DSGVO, also der Datenschutz-Grundverordnung, einen globalen

Leuchtturm gesetzt hat. Eine Folge des Rufs ist die europäische Cloud „Gaia-X“, die jüngst auf dem Digital-Gipfel vorgestellt wurde und Ende 2020 den Betrieb aufnehmen soll (Bundesministerium für Bildung und Forschung/BMBF, 29.10.2019).

Ebenso wichtig ist es, bei der journalistisch-redaktionellen Versorgung mit Information, Bildung, Beratung, Kultur und Unterhaltung Alternativen zu entwickeln. Die europäische Alternative zu profitorientierten Medien sind natürlich die Öffentlich-Rechtlichen und – nicht zu vergessen – die dritte Säule im trialen System: die Bürgermedien.

Die Mutter dieses europäischen Mediensystems, die BBC, erklärte in der Charter-Erneuerung 2015 (vgl. BBC Charter Review „British Bold Creative“, September 2015), sie wolle ihre Plattformfunktion stärken und öffnen für andere britische „Ideeninstitutionen“ wie Museen, Theater und Universitäten. Aus der großen Ankündigung ist zwar letztlich nur ein Mäuschen namens „ideas“ (www.bbc.com/ideas) geworden, doch hat sie in ganz Europa Resonanz ausgelöst. Ob in Deutschland beim ZDF, in Österreich beim ORF oder in der Schweiz bei der SRG – überall sprossen Plattformpläne.

Das Verdienst des ARD-Vorsitzenden Ulrich Wilhelm

Als Ulrich Wilhelm, der Intendant des Bayerischen Rundfunks (BR), im Januar 2018 den ARD-Vorsitz übernahm, machte er die Gründung einer europäischen „Super-Mediathek“ zum prominentesten Projekt seiner ARD-Amtszeit (vgl. den Text „Gemeinsame Plattform von ARD und Verlagen“, Deutschlandfunk-Webseite, 26.3.2018). In einer Zeit, da alle digital, aber immer nur national dachten, ist es das Verdienst Wilhelms, die digitale europäische Öffentlichkeit auf die Tagesordnung gesetzt zu haben. Sein Ziel ist eine Emanzipation von YouTube und Facebook. Um das nötige Gewicht und die Reichweite zu erlangen, sollen alle „Qualitätsanbieter“ eine gemeinsame Plattform starten, die öffentlich-rechtlichen Sender, Museen und Universitäten, aber auch Verlage. Die europäische Initiative könne von Deutschland und Frankreich ausgehen. Als Beispiel nennt Wilhelm den Flugzeughersteller Airbus, der ebenfalls einer multinationalen staatlichen Initialzündung mit Anschubfinanzierung und Forschungsförderung bedurfte (vgl. hierzu auch MK 24/19).

Unterstützung erhielt Ulrich Wilhelms Vorschlag von anderen Führungskräften des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, etwa von RBB-Intendantin Patricia Schlesinger, von WDR-Intendant Tom Buhrow, von Thomas Kleist, Intendant des Saarländischen Rundfunks (SR), und von Deutschlandradio-Intendant Stefan Raue. Für eine Partnerschaft umwarb Wilhelm besonders Mathias Döpfner, den Vorstandsvorsitzenden des Axel-Springer-Konzerns und derzeitigen Präsidenten des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Auf der Springer-Jahrespressekonferenz im März 2018 bezeichnete Döpfner den Vorschlag als interessant. Allerdings warnte er vor einer Umarmung, die das Gegenüber erdrücke: Es sei „sehr darauf zu achten, dass privater Sektor und öffentlicher Sektor getrennt bleiben“ (vgl. den genannten Text auf der Deutschlandfunk-Webseite vom 26.3.2018).

Im Lauf des Jahres 2018 erhielt Wilhelms Idee weitere Konturen. In einem Interview mit dem „Handelsblatt“ (23.9.2018, online) sagte er, es gehe nicht darum, die großen US-Plattformen zu ersetzen. Vielmehr, so der ARD-Vorsitzende, „brauchen wir eine Art europäisches YouTube mit Elementen von Facebook für den direkten Austausch mit den Nutzern sowie einer guten Suchfunktion – also ein Angebot, das von YouTube, Facebook und Google gelernt hat, aber auf euro-

päischen Idealen von Vielfalt, Qualität und Offenheit aufbaut.“ In den Vordergrund treten nun Komponenten wie Suche, Interaktion und ein Login, das den Schutz der zu einem persönlichen Account gesammelten Daten sichert. Zwar sprach Wilhelm immer noch von einer Plattform, die täglich Millionen Nutzer zusammenbringen solle, aber verstärkt von einer Infrastruktur, einem digitalen Ökosystem für Europa. Nach Art eines Start-ups könne ein Prototyp mit weniger als 50 Mio Euro entwickelt werden. Das sieht er als staatliche Aufgabe, auch wenn am Ende eine staatsferne und unabhängige Trägerschaft stehen müsse. Auch international führte er weitere Gespräche, so in der europäischen Rundfunkunion EBU und mit Frankreich, das Bereitschaft zu einer Anschubfinanzierung durch die beiden Staaten signalisierte.

Als konkretes Vorbild für das Modell, das ihm vorschwebt, nannte Wilhelm auf dem Zeitungskongress 2018 in Berlin die Austria Video Plattform (AVP) der österreichischen Nachrichtenagentur APA (vgl. „Horizont“, 25.9.2018). Dabei handelt es sich um eine reine B2B-Plattform für die Vermarktung von Videos von ORF und anderen auf Websites von Zeitungen und anderen kommerziellen Anbietern. Es ist schwer zu erkennen, wie das außer dem Markt auch der Demokratie dienen könnte. Entsprechend klar fiel die Kritik aus (vgl. Webseite des Medieninstituts DIMBB vom 2.10.2018, „Probleme eines europäischen Portals, wie es Ulrich Wilhelm vorsschwebt“).

Ein Projekt der gesamten Gesellschaft

Anfang dieses Jahres rückte Wilhelm weiter von einer Plattform ab und sprach in einem Interview mit der „Berliner Morgenpost“ (2.3.2019, online) von einer „eigenen Infrastruktur für Plattformen in Europa“. Dabei geht es vor allem um technische Komponenten, um Algorithmen, die – anders als die der US-Plattformen – transparent und öffentlich überprüfbar sein sollen. „Es gibt viele Inhalte“, so Wilhelm, „die sowieso öffentlich finanziert sind – etwa von staatlichen Museen wie dem Louvre in Paris, von staatlichen Orchestern, Universitäten oder den Mediatheken von ARD und ZDF.“ Die Infrastruktur müsse eine öffentliche Dienstleistung sein – „vergleichbar mit einem Straßen- oder Schienennetz“. Das sei kein Projekt des Rundfunks, sondern der gesamten Gesellschaft und müsse daher zu einem gewissen Teil öffentlich finanziert werden. „Das ist gut investiertes Geld. Die Kosten wären bedeutend höher, wenn unser Land instabil würde“, meinte der ARD-Vorsitzende in dem Interview.

Zum Inkrafttreten des 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrags am 1. Mai 2019 meldeten sich Ulrich Wilhelm und ZDF-Intendant Thomas Bellut bei „Zeit Online“ (1.5.2019) in einem gemeinsamen Gastbeitrag zu Wort, vor allem zu ihren bilateralen Plänen. Eine Zusammenlegung der Mediatheken von ARD und ZDF hat Bellut immer abgelehnt, doch preisen die beiden nun die ihnen neu aufgetragene Verlinkung: Wer künftig bei der ARD die „Heute-Show“ suche oder beim ZDF den „Tatort“, soll ohne Umwege in die Mediathek des jeweils anderen geschickt werden und das vielleicht mit einem gemeinsamen Login. Die Öffentlich-Rechtlichen sollen als ein schrankenloses Online-Netzwerk erfahrbar werden, als „ein großer, durchlässiger und intelligenter Kosmos [...], wie gewohnt ohne Werbung“. Die „datengetriebene Individualisierung“ von ARD und ZDF „überlässt den Algorithmen nicht alles, sondern begleitet sie transparent und redaktionell gesteuert, um Vielfalt noch besser zu erschließen“, so heißt es im Text von Wilhelm und Bellut. An die bilateralen nationalen und rein öffentlich-rechtlichen Pläne schließt nur en passant „die Idee einer digitalen Infrastruktur für Europa“ an. Sie passe übrigens dazu. Angesichts der Dominanz von Facebook und YouTube fragen Wilhelm und Bellut: „Warum sollten europäische Länder nicht eine Alternative entwickeln, eine eigene Infrastruktur für Plattformen in Europa?“

Ja, warum eigentlich nicht? Über die vergangenen zwei Jahre hat sich Wilhelms Projekt entwickelt von der europäischen „Super-Mediathek“ über eine Plattform, eine Vernetzung von bestehenden Plattformen, eine Vermarktungspartnerschaft, ein Ökosystem, einen Kosmos bis zu einer „Infrastruktur für Plattformen in Europa“. Doch bislang gibt es kaum sichtbare Folgen. Man könnte meinen, Wilhelms Initiative sei ergebnislos verpufft. Tatsächlich ist in diesem Jahr (gerade in Deutschland) ein erstaunlicher Konsens für eine europäische digitale Öffentlichkeit gewachsen, über das gesamte Parteienspektrum von CDU und CSU bis zur SPD, von den Grünen bis zur Linken – mit Ausnahme der FDP.

Den Auftakt machte im Januar 2019 der von Frankreich und Deutschland geschlossene „Vertrag von Aachen“. Darin verpflichten sich die beiden Länder zur Schaffung eines gemeinsamen Kultur- und Medienraums und als eine konkrete Maßnahme zur Einrichtung einer „digitalen Plattform, die sich insbesondere an junge Menschen richtet“.

Erstaunlicher Konsens in der deutschen Politik

Im Februar 2019 veranstaltete die SPD ihren „Medienpolitischen Dialog“ im Bundestag unter dem Titel „Eine für alle? Möglichkeiten einer transnationalen Plattform für öffentlich-rechtliche und private Inhalte in Europa“. In seiner Begrüßung verwies der kultur- und medienpolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion, Martin Rabanus, auf den Aachener Vertrag, auf ein bereits laufendes Plattformprojekt der Deutschen Welle (DW) und des französischen Auslandrundfunks France Médias Monde (FMM) und auf die kurz zuvor auf der Berlinale gestartete Plattform ZDFkultur (vgl. MK 5/19). Diese bündelt Beiträge aus den Kulturmagazinen von ZDF, 3sat und Arte und von zum Start 35 Partnern, darunter Kulturinstitute, Museen, Theater und Opernhäuser. Ulrich Wilhelm warb dort für sein Modell. Und Cornelia Holsten, die Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), sagte, es gehe um nicht weniger als „die Zurückeroberung des Internets“.

In einem Interview im Mai bei medienpolitik.net (11.5.2019) bezeichnete Rabanus die Frage, welches europäische nicht-kommerzielle Gegenmodell man den profitorientierten US-amerikanischen Plattformen entgegenhalten könnte, als eines der wichtigsten Themen in der aktuellen Medienpolitik. „Mit Blick auf die deutsche EU-Ratspräsidentschaft im zweiten Halbjahr 2020 setze ich mich dafür ein“, so Rabanus in dem Interview, „dass die Themen Pressefreiheit und Medienvielfalt im Sinne unserer gemeinsamen europäischen Identität und den Zusammenhalt in einem freiheitlichen und demokratischen Europa auf die Agenda gesetzt und die Gestaltung einer Medienplattform auf europäischer Ebene besprochen wird.“

Entsprechend forderte die SPD in ihrem Programm zur Europawahl 2019, die Ende Mai stattfand, die Schaffung einer europaweiten Plattform: „Das freie und offene Internet ist ein globales Freiheitsversprechen und der Zugang dazu ist Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe und Meinungsvielfalt, Innovationsfähigkeit und fairen Wettbewerb. Zugleich ist es als die zentrale digitale Kommunikationsinfrastruktur Voraussetzung für eine demokratische Öffentlichkeit. [...] Darüber hinaus benötigen wir einen europäischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk für das 21. Jahrhundert. Hierfür sollte eine attraktive europaweite Plattform für vorhandene öffentlich-rechtliche Inhalte geschaffen und um genuin europäische Inhalte ergänzt werden.“

Am 12. März dieses Jahres führten der bayerische Ministerpräsident Markus Söder (CSU) und sein nordrhein-westfälischer Amtskollege Armin Laschet (CDU)

eine gemeinsame Kabinettsitzung mit dem Ziel durch, die beiden größten Medienstandorte in Deutschland stärker zu vernetzen. Sie waren sie einig: „Überlegungen für eine gemeinsame Plattform von Medienunternehmen in Bayern und Nordrhein-Westfalen als Gegenmodell zu YouTube oder Facebook werden begrüßt.“ Laschet ist Bevollmächtigter der Bundesrepublik Deutschland für kulturelle Beziehungen zu Frankreich und damit zuständig für den Aachener Vertrag.

Der Bundestag befasste sich am 17. Oktober mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Am Nachmittag trug Ulrich Wilhelm als ARD-Vorsitzender sein Anliegen bezüglich einer europäischen Infrastruktur für Plattformen in einer Anhörung des Ausschusses für Angelegenheiten der Europäischen Union vor. Abends befasste sich das Plenum mit zwei Anträgen von Grünen und FDP zur Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Der Antrag der Grünen, leidenschaftlich vorgetragen von Tabea Rößner, der Medienpolitikerin der Fraktion, plädierte für einen zeitgemäßen Online-Auftrag für die Öffentlich-Rechtlichen, der die Entwicklung eigenständiger, der Netzlogik entsprechender Online-Formate beinhaltet und die Mediatheken zu einer eigenen gemeinsamen Plattform weiterentwickelt. Um diesen neuen Auftrag zu entwickeln, fordert Rößner eine Expertenkommission und eine gesellschaftliche Debatte auf allen Ebenen.

Auch der Antrag der FDP (Titel: „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – Zukunftsfest machen und gesellschaftliche Akzeptanz erhöhen“) fordert eine einzige Mediathek für alle öffentlich-rechtlichen Inhalte und eine Auftrags- und Strukturreform. Die „moderne Telemedienstrategie“ für die Öffentlich-Rechtlichen bestimmt die FDP jedoch vor allem ex negativo: Nicht presseähnlich darf sie sein und sich keinen kostenintensiven Wettbewerb mit Plattform- und Infrastrukturanbietern liefern. Europa kommt nur als einschränkend vor, durch den Beihilfekompromiss, Stand 2007. Vor allem solle der Rundfunkbeitragszahler deutlich entlastet werden, die Öffentlich-Rechtlichen sollen also sparen. Sie seien zwar unverzichtbar, aber sollten sich nach den Vorstellungen der FDP auf Unverzichtbares konzentrieren: einen „Kernauftrag“ und ein einziges Vollprogramm.

Söder: „Wir kleckern nicht, wir klotzen“

Auf den Medientagen München im Oktober 2019 wurden weitere Schritte angekündigt. In seiner Eröffnungsrede bekannte sich Markus Söder ausdrücklich zum unverzichtbaren öffentlich-rechtlichen Rundfunk, aber auch als eifriger Nutzer von Streaming-Anbietern wie Netflix und Amazon. Als seinen schwierigsten und spannendsten medienpolitischen Punkt bezeichnete er die internationale Plattform: „Ist eigentlich schade, dass die Ideen schon länger auf dem Markt sind und wir eigentlich keinen ganz großen Schritt vorangekommen sind.“ Die Stärkung der europäischen digitalen Souveränität sei die entscheidende Frage: „Wenn sich das nicht ändert, sind wir, bleiben wir eine digitale Kolonie anderer. Wir können nur konsumieren. Und wir haben überhaupt keine Chance zu verstehen, wie die ganzen Prozesse laufen.“

Der Freistaat Bayern, so Söder weiter, wolle sich nach Kräften an der Stärkung der Souveränität beteiligen, vor allem mit Forschung in den Bereichen „Cloud-, KI-, Blockchain-, Kryptotechnologie – alles, was dazu gehört“. Dabei erinnerte er an die schmerzliche Erfahrung mit der Einführung der E-Akte in Bayern: Die Kunst werde sein, die Insellösungen zu einem starken Ganzen zu vernetzen: „Da braucht es Power, da braucht es Geld, da braucht es auch Strukturen. Das ist letztlich wie im Fußball: Geld schießt Tore“ (vgl. die Dokumentation von Söders Rede im MK 24/19).

Zwei Wochen zuvor hatte Söder seine „Hightech Agenda Bayern“ vorgestellt. Darin heißt es: „Wir kleckern nicht, wir klotzen. Wir nehmen damit bis zum Ende dieser Legislaturperiode zwei Milliarden Euro in die Hand, um den Freistaat in die Zukunft zu beamen.“ 1000 neue Professuren sollen damit geschaffen werden. Der Schwerpunkt liegt auf KI, in der allein 100 Lehrstühle hinzukommen sollen.

Spezifischer wurde Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), in seiner Begrüßungsrede auf den Medientagen München 2019. Er betonte die Notwendigkeit, eine eigene Infrastruktur zu schaffen, „um ein Stück Souveränität für die Nutzer, aber auch für die Medienhäuser, letztlich für die Gesellschaft selbst zurückzugewinnen.“ Deshalb startete die BLM eine Medien- und Kulturplattform, die lokale und regionale audiovisuelle Medienangebote leichter auffindbar machen soll: ein „bayerisches Schaufenster“. Schneider sieht diese Plattform als mögliche Grundlage für ein größeres Ökosystem, in dem technische und gesellschaftliche Standards gesetzt und Infrastrukturkomponenten entwickelt werden, die die digitale Souveränität unterstützen. Um die Chancen und Risiken angemessen angehen zu können, brauche es zuallererst Forschung. Schneider verwies in diesem Zusammenhang auf die kurz zuvor erschienene Studie „Microtargeting in Deutschland bei der Europawahl 2019“, welche die BLM zusammen mit drei weiteren Landesmedienanstalten bei Simon Hegelich und Juan Carlos Medina Serrano von der TU München in Auftrag gegeben hatte.

Arte als spektakuläres Beispiel eines europäischen Medienprojekts

Um den Aachener Vertrag ist inzwischen ein Streit entbrannt, wer mit der darin geplanten digitalen Plattform gemeint sei. Das Wilhelm-Lager sieht sich das Projekt auf den Leib geschnidert: eine europäische Infrastruktur für Plattformen mit Deutschland und Frankreich als Initiatoren.

Die Deutsche Welle und France Médias Monde arbeiten bereits, wie die DW am 12. September in einer Pressemitteilung bekannt gab, an einer digitalen Plattform mit mehrsprachigen Informationen für junge Menschen in Europa (Arbeitstitel: „Enter!“). Diese Plattform sehen sie als Umsetzung des im „Vertrag von Aachen“ festgelegten Ziels. Ein Pilotprojekt mit Unterstützung der Europäischen Kommission soll 2020 starten. Weitere öffentlich-rechtliche Auslandssender sollen hinzukommen. DW und FMM betreiben bereits seit März 2017 zusammen mit der italienischen Nachrichtenagentur Ansa das Portal „InfoMigrant“, das Migranten in den Sprachen Arabisch, Englisch, Französisch, Paschtu und Dari informiert und im vergangenen Jahr den Angaben zufolge 37 Mio Nutzer erreichte. Eine weitere gemeinsame Initiative, an der neben DW und FMM auch BBC und Voice of America beteiligt sind, ist der türkischsprachige YouTube-Kanal +90, der im April online ging (vgl. MK 10/19).

Arte, der europäische Kulturkanal, kann sich mit Recht vom Aachener Vertrag angesprochen fühlen. Als Ansporn für das Großprojekt einer europäischen Öffentlichkeit wird, wie erwähnt, gern auf Airbus verwiesen. Naheliegender und ebenso spektakulär war die Gründung von Arte. Bereits 1984 hatte der damalige baden-württembergische Ministerpräsident Lothar Späth (CDU) die Idee eines europäischen Kulturkanals entwickelt. Deutschlands Bundeskanzler Helmut Kohl (CDU) und Frankreichs Staatspräsident François Mitterrand gaben ihren Segen. Als Bevollmächtigter des Bundes für die deutsch-französischen Kulturbeziehungen konnte Späth ab 1987 direkt mit dem französischen Kulturminister Jack Lang verhandeln und musste in Deutschland zwischen Bund und Ländern über die Frage der Zuständigkeit vermitteln (vgl. hierzu den Artikel „Am seidenen Faden“ von Andreas Schreitmüller in MK 11/16).

Der Fall der Mauer brachte schließlich den Durchbruch. Am 2. Oktober 1990, wenige Stunden vor der deutsch-deutschen Wiedervereinigung, wurde der zwischenstaatliche Vertrag über die Gründung des europäischen Kulturkanals Arte von den französischen Ministern für Kultur und für Kommunikation sowie von den elf Ministerpräsidenten der westdeutschen Bundesländer unterzeichnet. Ins Internet ging Arte 1996 mit einer Website. Der deutsch-französische Staatsvertrag gibt Arte mehr Online-Freiheiten als der deutsche Rundfunkstaatsvertrag. So entstanden schon früh eigenständige Internet-Angebote. Um seine Europäisierung voranzutreiben, geht Arte Assoziierungsverträge über Koproduktionen und Programmaustausch mit weiteren öffentlich-rechtlichen Sendern ein. Seit 2015 gibt es zusätzlich zu den französischen und deutschen Arte-Sites auch Angebote in vier weiteren Sprachen.

Am 8. November meldeten sich die Grünen-Politiker Robert Habeck und Malte Spitz mit einem Gastbeitrag für das Portal T-Online zu Wort mit der Forderung nach einer „europäischen Medienplattform“, die ein „werbefreier, öffentlicher Raum der digitalen Kommunikation“ sein soll. Es müssten nämlich Alternativen her zu Facebook, YouTube & Co her, wobei es müßig sei, sie einholen zu wollen. „Es gibt ein anderes Pfund“, so Habeck und Spitz, „mit dem eine öffentliche Infrastruktur wuchern kann: hochwertige Inhalte. Es gibt bereits Hunderttausende von Filmen, Dokumentationen, Serien, Nachrichten, die mit öffentlichem Geld oder Gebühren produziert wurden. Sie ließen sich auf einer Plattform bündeln und attraktiv aufbereiten.“ Dazu sollten die europäischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wie ARD, ZDF, BBC, RAI und weitere zusammenarbeiten, ähnlich der Idee von Arte.

Zudem solle die Plattform, schreiben Habeck und Spitz weiter, Kooperationen eingehen, „insbesondere mit öffentlichen Stellen. Qualitativ geprüfter Medieninhalt, zum Beispiel aus Hochschulen, Museen, Parlamenten könnte bereitgestellt werden. Auch eine Zusammenarbeit mit Angeboten wie Wikipedia wäre wünschenswert.“ Schließlich soll die Plattform Nutzern die Möglichkeit bieten, Inhalte zu teilen, zu remixen, eigene Inhalte bereitzustellen und zu diskutieren. Technisch solle die Plattform auf freier Software und offenen Schnittstellen, hohem Datenschutz und hoher IT-Sicherheit beruhen. Sie wäre Testlabor und Innovationstreiber zugleich. Organisatorisch soll sie unabhängig sein von Politik und Markt und sie soll zu einem relevanten Anteil aus dem Rundfunkbeitrag finanziert werden. An Aufsicht und Steuerung seien Nutzer und Nutzerinnen zu beteiligen.

Protokoll statt Plattform

Wie der ARD-Vorsitzende Ulrich Wilhelm möchten auch die beiden Grünen-Politiker, dass sich private Medienanbieter beteiligen und ihre Angebote auf der europäischen Plattform zur Verfügung stellen. Anders als bei Wilhelm soll die Plattform nach der Vorstellung von Habeck und Spitz jedoch komplett werbefrei sein. „Die neue Plattform“, betonen die beiden Grünen-Politiker, „unterliegt nicht der Marktlogik von Aufmerksamkeit durch Zuspitzung. Sie setzt dem Einfluss ausländischer Staaten, die durch Desinformation und gekaufte Reichweiten Einfluss nehmen wollen, etwas entgegen. Stattdessen stärkt sie die europäische Öffentlichkeit. Auch für kommende europäische Wahlen und Debatten wäre eine solche gemeinsame Plattform ein riesiger Gewinn an öffentlichem Raum und ein Fortschritt, der allen dient.“

„Öffentlicher Raum“ oder genauer „Public Open Space“ – den Begriff prägten die Professoren Dieter Dörr, Bernd Holznagel und Arnold Picot in ihrem Gutachten von 2016 für das ZDF über „Legitimation und Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Zeiten der Cloud“ (vgl. MK 22/16). Von dem genann-

ten Charter-Text der BBC inspiriert schlagen die drei Autoren in ihrer Expertise vor, die öffentlich-rechtlichen Online-Präsenzen zu einem öffentlichen Raum für Inhalte hoher Qualität weiterzuentwickeln, an dem sich auch andere Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen wie Museen, Archive und Bibliotheken beteiligen. Idee und Begriff wurden von Wissenschaft und Zivilgesellschaft aufgenommen.

Den Anfang machte eine Initiative, die im September 2017 in einem Offenen Brief (mit 45 Erstunterzeichnern) „Zehn Thesen zur Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien“ vorgelegt hatte. Daraus entstand das Projekt einer europäischen Öffentlichkeit, ein Forschungsprogramm und ein Auftaktworkshop im April 2018 bei Wikimedia Deutschland. Dort wurde dem Begriff von Dörr, Holz-nagel und Picot die Dimension 'europäisch' hinzugefügt und er wurde pluralisiert: Wenn aufmerksamkeitskonzentrierende US-Plattformen das Problem sind, kann die Antwort keine ebenso zentralistische europäische Plattform sein. Die Vielfalt Europas drückt sich am besten in einer Vielfalt von öffentlichen Räumen aus: European Public Open Spaces (EPOS).

Unabhängigkeit, Offenheit, Transparenz, Nutzerzentrierung

Bei diesen Gesprächen war auch der ORF mit seinem Public Value Center beteiligt. Darum entstand in Österreich gemeinsam mit Wissenschaft und Zivilgesellschaft wie auch mit Beteiligung aus der Schweiz und Deutschland die Initiative „Public Open Space“, die im April 2019 mit ihrer „Vision“ in die Debatte trat (vgl. <https://public-open-space.eu>). Ein weiteres Projekt zur Neukonzipierung von Öffentlichkeit startete im August 2019 unter dem programmatischen Titel „Beyond Platforms“. Initiatoren hier sind der Webvideo-Experte Bertram Gugel, der Format- und Strategieentwickler Markus Heidmeier und Funk-Chef Florian Hager (vgl. <https://beyond-platforms.org>).

Von Geert-Jan Bogaerts, Chef für digitale Medien beim öffentlich-rechtlichen niederländischen Rundfunkveranstalter VPRO, wurde das Projekt „Public Spaces – Internet for the common good“ initiiert. Es startete im Juni 2018 mit einem Manifest (vgl. <https://publicspaces.net/manifesto/>). Hinter diesem niederländischen Projekt steht eine Koalition aus weiteren öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern des Landes, aus Kulturerbeinstitutionen, Festivals und Organisationen der Zivilgesellschaft, vertreten etwa durch Wikimedia und das Media Lab Waag Technology and Society.

Einen Monat später wurde die Public-Spaces-Stiftung gegründet. Hier geht es nicht um die Gründung einer Plattform, sondern ganz ähnlich wie bei Ulrich Wilhelms aktueller Idee um eine Infrastruktur für Plattformen, „ein alternatives Software-Ökosystem, das dem öffentlichen Interesse dient und keinen Gewinn anstrebt“. Public Spaces will Software-Komponenten anbieten, die Plattformen benötigen: Für Datenhaltung und Datenverarbeitung, für Login, Personalisierung und Empfehlungen, für Kommentierung und Kommunikation, für Rechteverwaltung jeweils gemäß den Werten im Manifest: Unabhängigkeit, Offenheit, Transparenz, Rechenschaftspflicht, Nutzerzentrierung und Souveränität. Denn: „Nutzer sind keine Produkte.“ Sie haben volle Kontrolle über ihre Personendaten und Inhalte. „Das Wohlergehen und die Stärkung der Nutzer wird immer im Vordergrund stehen.“ Dieses Ziel greift Initiativen auf wie „Time Well Spent“ von Tristan Harris und „Digital Wellbeing“ von der BBC. Derzeit entsteht ein System von „Public Badges“, Gütesiegel, mit denen Sites ausgezeichnet werden, die die Werte von Public Spaces bereits umsetzen.

Das Problem ist bekanntlich nicht ein Mangel an Inhalten. Deren Urheber – eigentlich eine Selbstverständlichkeit, doch auch daran mangelt es oft genug –

natürlich angemessen vergütet werden müssen. Was fehlt, ist eine Umgebung, in der die vorhandene Fülle zusammenfinden kann. Die kulturelle und mediale Vielfalt, die Europas Identität und Stärke ausmacht, gilt es durch Protokolle und Schnittstellen zu vernetzen. Die Antwort kann also keine riesige, monolithische Plattform für ganz Europa sein, mit allem für alle in 24 Amtssprachen. Die Sorge über die Entwicklungen im Netz bewegt nicht nur die Rundfunkwelt, sondern hat auch in der Internet-Community eine Bewegung für die Redezentralisierung des Internets hervorgebracht. Zu ihren Protagonisten gehören Brewster Kahle, Gründer des Internet Archive (siehe den Gründungstext „Locking the Web Open: A Call for a New Distributed Web“, veröffentlicht am 1.4.2016), und der Vater des World Wide Web, Tim Berners-Lee (siehe sein Projekt „Solid“, Abkürzung für „Social Linked Data“). Ihre Werte und Werkzeuge decken sich weitgehend mit denen der medialen Open-Spaces-Bewegung.

Die Vorbilder

Doch wie kann man sich ein auf eine freie und offene Infrastruktur gestütztes europäisches Mediennetzwerk vorstellen? Ein Vorbild ist Europeana, ein Netzwerk aus mehr als 3500 Kulturerbeinstitutionen in ganz Europa (www.europeana.eu). Wie der Fernsehsender Arte wurde Europeana von der Politik ermöglicht. Besorgt über das Google-Books-Projekt schrieben 2005 sechs europäische Staatsoberhäupter – darunter Gerhard Schröder, Jacques Chirac und Silvio Berlusconi – einen gemeinsamen Brief an die Brüsseler EU-Kommission, in dem sie ein öffentlich finanziertes europäisches Gegenstück forderten. 2008 wurde Europeana gegründet. Sein Kernbetrieb wird von der EU als 'digitale Service-Infrastruktur' finanziert. Mehr als 75 Mio digitale Objekte liegen in den jeweiligen Datensilos der teilnehmenden Museen, Bibliotheken und Archive. Ein Metadaten-Standard verknüpft sie und erlaubt es, Ausstellungen und thematische Sammlungen aus dem gesamten Korpus zu kuratieren. Zum Beispiel im vorigen Jahr eine Ausstellung zum Ersten Weltkrieg, dessen Ende sich 2018 zum 100. Mal jährte.

Auch die europäische Cloud Gaia-X wird kein zentralisiertes Rechenzentrum für den ganzen Kontinent werden, sondern ein Netzwerk von kleineren und mittelgroßen Cloud- und Edge-Anbietern verbunden über ein gemeinsames Protokoll. An dem öffentlichen, wiederum von Deutschland und Frankreich vorangetriebenen Projekt sind Anwender und Anbieter aus der öffentlichen Verwaltung, dem Gesundheitswesen, von Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen beteiligt. Das gemeinsame Gaia-X-Projektpapier von BMBF und BMWi (Bundeswirtschaftsministerium) verspricht im Untertitel „eine vernetzte Dateninfrastruktur als Wiege eines vitalen, europäischen Ökosystems“. Die von den europäischen Werten ausgehenden Leitprinzipien decken sich weitgehend mit denen von Open Spaces: europäischer Datenschutz, Offenheit und Transparenz, Souveränität und Selbstbestimmtheit, Modularität und Interoperabilität, Nutzerfreundlichkeit.

Ein weiteres Beispiel für eine technisch wie inhaltlich freie, offene und verteilte Wissensinfrastruktur ist die Wikipedia. Ihre Entwicklung von einem belächelten Hobbyistenprojekt – 'Da dürfen alle alles reinschreiben?' – zu der Enzyklopädie des Internets bleibt verblüffend und ein Ansporn, dass etwas Ähnliches auch für unsere journalistisch-redaktionelle Informationsversorgung gelingen kann.

Ähnlich ist auch der Auftrag von Wikipedia und öffentlich-rechtlichem Rundfunk: nicht profitorientiert, den höchsten Ansprüchen an Qualität, Quellen, Faktizität verpflichtet und dem Anspruch, das Wissen der Welt allen frei zur Verfügung zu stellen. Entsprechend gibt es bereits seit einigen Jahren Gespräche

über eine Zusammenarbeit. Die größte Hürde dabei sind die Urheberrechte, die die Sender oft nur für bestimmte Nutzungen erwerben. Die Wikipedia verlangt dagegen eine Freilizenzierung, die auch eine Bearbeitung und kommerzielle Nutzung erlaubt.

Auch hier gibt es Bewegung. Wie ZDF-Fernsehratsmitglied Leonhard Döbusch Ende Oktober in einem Blog „Neues aus dem Fernsehrat“ (Nr. 49) berichtete, veröffentlichte die ZDF-Doku-Reihe „Terra X“ vor kurzem erstmals Videos unter einer freien, Wikipedia-kompatiblen Lizenz. Inzwischen sind die „Terra-X“-Clips rund ums Thema Erderhitzung bereits in einer Reihe von Wikipedia-Artikeln platziert – vom Artikel zu „Klimawandel“ über jenen zu „Klimamodell“ bis hin zu dem zu „Eisbohrkern“.

RBB-Intendantin Patricia Schlesinger klagte jüngst auf einer Diskussion des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB), die öffentlich-rechtlichen Sender hätten gute Inhalte, außer via YouTube aber keine Möglichkeit, sie an die Leute zu bringen. Das „Terra-X“-Beispiel zeigt: Es könnte so einfach sein und kostet nicht einmal viel. Die Wikipedia steht unter den in Deutschland am häufigsten genutzten Sites auf Platz 6. Die Redaktionen der Sender müssen in der Rechtklärung nur markieren, was Wikipedia-tauglich freilizenziert werden kann. Den Rest übernehmen die Wikipedianer. Die Reichweite der „Terra-X“-Beiträge dürfte dadurch mit der Zeit beträchtlich wachsen. Und die Logos in den Videos und die Links zurück zu den Quellen mehrten den Ruhm des ZDF.

Hin zu einem gemeinwohlorientierten digitalen Medienökosystem

YouTube und Facebook ersetzen zu wollen, wäre ein müßiges Unterfangen. Den Fehler einer zentralen Großplattform zu wiederholen, wäre fatal. Den Ozeanfrachter der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf Internetskurs umzuschwenken, ist schier aussichtslos. Immerhin sind die gemeinsame ARD-Audiothek, eine Zusammenlegung der ARD-Mediatheken und die Plattform ZDFkultur gelungen und eine gegenseitige Verlinkung ist beauftragt und begonnen (vgl. hierzu beispielsweise den Artikel „ARD und ZDF vernetzen Mediatheken“ bei tagesspiegel.de, eingestellt am 15.11.2019). Das Schiff bewegt sich schon, aber nur im Schnecken tempo.

Der politische Konsens über eine konzertierte Stärkung der digitalen europäischen Öffentlichkeit ist gewachsen. Differenzen gibt es nur in der Frage, wer sie bezahlen soll und ob Werbung erlaubt oder – als ein Quell des Übels der Plattformwelt – ausgeschlossen werden soll. Was ist also zu tun? Um die Infrastruktur der europäischen digitalen Öffentlichkeit aufbauen zu können, braucht es eine geeignete Entwicklungsumgebung mit kleinen, agilen Einheiten. Es braucht einen Freiraum und Geld für Experimente. Unabhängig vom Tagesbetrieb von Anstalten, Museen, Wikipedia und freien Radios.

Jan-Hendrik Passoth, Techniksoziologe an der Universität München und Experte für digitale Öffentlichkeit, plädiert für den schrittweisen Aufbau eines europäischen digitalen Gesamtökosystems (vgl. den Text „Europa braucht digitale Selbstbestimmung“ bei sueddeutsche.de, eingestellt am 23.6.2019). Dafür schlägt Passoth drei konkrete Schritte vor. Erstens eine europäische Koordinierungsstelle, um die Dynamik der Einzelprojekte zu bündeln und ein europäisches digitales Ökosystem wachsen zu lassen, flankiert von einem zivilgesellschaftlichen Digitalrat als demokratisch legitimierter Aufsichtsinstanz. Zweitens ein öffentliches Förderprogramm, um Forschung und neue Entwicklungsprojekte zu ermöglichen und bestehende gemeinwohlorientierte Technologien weiterzuentwickeln. Und drittens Pilotprojekte, die mit mutigem Beispiel vorangehen.

Das Schöne an Software: Sie lässt sich ohne Zusatzkosten skalieren. Was sich an einer Stelle bewährt hat, kann von allen Interessierten übernommen werden. Alle bleiben in ihren Silos, wie bei Europeana. Niemandem wird etwas weggenommen. Gleichzeitig öffnen Interoperabilität, offene Protokolle und Standards, offene APIs die Tore zu neuen Welten. Zu Europa. Arte hat vorgemacht, wie die Vielsprachigkeit angegangen werden kann: mit KI-Übersetzung von Untertiteln, versorgt von DeepL aus Köln und mit EU-Förderung (vgl. Arte-Pressemitteilung vom 17.11.2015).

Um ein Beispiel auszumalen: Ein Portal ähnlich europeana.eu zieht die öffentlich-rechtlichen Hauptabendnachrichten aus allen 28 Mitgliedsländern von deren Sites, übersetzt die Untertitel in alle in DeepL verfügbaren Sprachen und präsentiert sie durchsuchbar nebeneinander, ähnlich dem „TV News Archive“ im „Internet Archive“. Wir könnten in die nationalen Filterblasen der anderen hineinschauen, sehen, wie Spanier, Franzosen, Polen oder Iren Ereignisse in ihren Ländern, im eigenen Land und in Europa sehen. Dem Verständnis der Europäer füreinander wäre damit eine große Chance geöffnet. Urheberrechtlich steht dem seit der neuen europäischen Satelliten- und Kabelrichtlinie (Dokument 32019L078 vom 17.4.2019, siehe euro-lex.europa.eu) nichts mehr im Weg. Nach dem Herkunftslandprinzip dürfen Sender Fernsehnachrichten mit Rechten in ihrem Land in allen EU-Ländern online anbieten. Praktisch wäre ein Prototyp auf einem Hackathon an einem Wochenende zu bauen. Ist die automatisierte Pipeline einmal aufgesetzt, kostet ihr Betrieb fast nichts. Nur ein Beispiel für die Fülle von Diensten, die in einem offenen, vernetzten Medienökosystem aufblühen werden.

Der politische Wille ist da. Der Projektplan ist ausgerollt. Die europäische digitale Öffentlichkeit hat Rückenwind. Warum sollten wir Europäer also nicht beginnen, unsere eigene digitale Infrastruktur zu bauen? 6.12.19/MK