

# „Der Wettbewerb findet auch auf den Benutzeroberflächen statt.“

## Die Privilegierung von Public-Value-Inhalten zur Sicherung von Angebotsvielfalt

**Im Medienstaatsvertrag ist in § 84 geregelt, dass Angebote, die in besonderem Maße einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt leisten, auf den Benutzeroberflächen von TV-Apps bevorzugt auffindbar sein sollen. Wie wichtig ist das Thema der privilegierten Auffindbarkeit für Sie?**

Das ist ein wichtiges Thema für uns. Sie werden sich vielleicht noch an die Zeiten erinnern, in denen Sie abends den *Tatort* oder die *Tagesschau* geschaut haben, und wenn Sie am nächsten Tag das TV-Gerät angeschaltet haben, dann startete Ihr Fernseher wieder automatisch bei der ARD und damit auf der „1“ auf Ihrer Fernbedienung. Diese Zeiten sind mit den Smart-TVs vorbei. Heute sind die Medienplattformen wie MagentaTV oder GigaTV die Gatekeeper. Das heißt, sie steuern, was die Zuschauerin-

nen und Zuschauer zuerst sehen und auf welche Inhalte sie hingeführt werden. Der Medienstaatsvertrag stellt nun sicher, dass der Rundfunk in seiner Gesamtheit gleich auf der ersten Seite dargestellt wird – das ist ein richtungsweisender Schritt. Denn andernfalls würden die Inhalte, die für die Meinungs- und Demokratiebildung in unserem Land essenziell sind, am Ende nicht gefunden.

**Welche Ihrer Inhalte haben Sie dabei im Blick?**

Ich denke an Inhalte, die den Meinungspluralismus und den gesellschaftlichen Diskurs fördern. Sie haben sicherlich von der siebenstündigen ProSieben-Dokumentation *Pflege ist #NichtSelbstverständlich* von Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf zum Pflegenotstand gehört. So etwas hat im deutschen Fernsehen noch kein Sender geleistet.



© ProSiebenSat.1

Public-Value-Inhalte von privaten Anbietern, die für die öffentliche Meinungsbildung besonders relevant sind, sollen gemäß Medienstaatsvertrag (MStV) auf Benutzeroberflächen im Netz künftig besser auffindbar sein. Dr. Michael Müller leitet u. a. den Bereich „Governmental Relations & Regulatory Affairs“ bei ProSiebenSat.1 Media SE. Im Gespräch mit *tv diskurs* erklärt er, was diese Regelung für sein Medienunternehmen bedeutet.

Oder *A Short Story of Moria* über die Zustände im abgebrannten Flüchtlingslager in Griechenland und die Thilo-Mischke-Reportagen wie die für den Grimme-Preis nominierte Folge *Rechts. Deutsch. Radikal.* über Rechtsextremismus. Nicht zuletzt haben wir mit der Entscheidung zur eigenen Nachrichtenredaktion zum Ausdruck gebracht, dass wir künftig noch stärker auf Nachrichten setzen werden.

***Ist diese Informationsoffensive eine Reaktion von ProSiebenSat.1 auf die Public-Value-Regelung im Medienstaatsvertrag?***

In erster Linie machen wir unser Programm für unsere Zuschauerinnen und Zuschauer und nicht für die Landesmedienanstalten. Aber natürlich freuen wir uns, wenn

unser Wertbeitrag für die Gesellschaft gewürdigt wird. Der Rundfunk ist heute hochgradig reguliert, beispielsweise mit der Pflicht zu Regionalfenstern und Werbebestimmungen. Da hat die Politik im Gegenzug eine Bringschuld: Es gilt sicherzustellen, dass der Rundfunk in dieser bunten smarten Welt gefunden wird und seiner demokratiestiftenden Aufgabe nachkommen kann.

***Die Public-Value-Satzung der Landesmedienanstalten konkretisiert die Bestimmungen des Medienstaatsvertrags. Wie zufrieden sind Sie mit dem Ergebnis?***

Grundsätzlich befürworten wir die Bestimmungen. Es ist richtig, dass Sender mit einem hohen Anteil an regionalen, barrierefreien oder europäischen Inhalten oder an Nachrichten eine Privilegierung erfahren.

Doch wir hätten uns bei den Kriterien an der einen oder anderen Stelle mehr Mut gewünscht. So liegt der Fokus noch stark auf klassischen Nachrichten. Aber gerade mit Infotainment erreichen wir heute die jüngere Zielgruppe. Mit *Galileo* liefern wir seit über 20 Jahren schon erfolgreich Hintergründe zu den wichtigsten Themen unserer Zeit. Auch das hat Relevanz.

Das andere ist das Thema „Barrierefreiheit“, das zu Recht ein Kriterium in der Satzung ist. Public Value funktioniert allerdings nur, wenn die Inhalte am Ende das Publikum erreichen. Hier bedauern wir, dass die Landesmedienanstalten die Plattformen nicht ausdrücklich verpflichtet haben, die HbbTV-Technologie allgemein auf den Benutzeroberflächen zugänglich zu machen. Denn damit übermitteln wir den Service der Gebärdensprache, wie erst kürzlich bei unseren Interviews mit der Kanzlerkandidatin bzw. den Kanzlerkandidaten. Dieses Signal wird von manchen Benutzeroberflächen geblockt – unser gemeinstiftender Service läuft dann ins Leere. Aber: Nach der Regulierung ist vor der Regulierung. Es wird wie üblich Novellierungen des Medienstaatsvertrags geben und damit für uns die Gelegenheit, noch einmal auf diese Punkte hinzuweisen.

#### **Wie geht der Prozess konkret weiter?**

#### **Die Sender werden nach dem Kriterienkatalog der Landesmedienanstalten eingestuft und in eine Rangordnung gebracht?**

Die Public-Value-Satzung inklusive des Kriterienkatalogs steht bereits. Derzeit liegt die Satzung bei der Europäischen Kommission zur Prüfung. Sofern diese nicht noch kurzfristig Einwände erhebt und nachdem die Satzung von den Landesmedienanstalten formell erlassen worden ist, folgt im September 2021 ein Ausschreibungsverfahren. Mit anderen Worten: Die Sender müssen sich um den Public-Value-Status bewerben. Doch Kriterien aufzustellen, ist das eine, Sender dann nach diesen Kriterien zu bewerten und Hierarchien vorzunehmen, das andere. Es wird für alle Beteiligten spannend sein, wie die Landesmedienanstalten die einzelnen Sender kategorisieren, insbesondere, wie die Plattformen diese Vorgaben dann in die Praxis umsetzen.

#### **Wollen Sie mit Public-Value-Angeboten auch den öffentlich-rechtlichen Sendern Konkurrenz machen?**

Wir begreifen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht als Gegner, sondern als Alliierte im Kampf gegen die zunehmende Desinformation. Öffentlich-rechtliche wie private Sender ergänzen sich komplementär bei ihrer verfassungsrechtlichen Aufgabe der Sicherstellung von Meinungsvielfalt. Dabei spricht jeder genau seine Zielgruppen auf seinen Verbreitungswegen an. Unser Haus ist stark im Erreichen der jüngeren Zielgruppe. Da ist es

sicherlich kein Zufall, dass sich die Kanzlerkandidatin von Bündnis 90/Die Grünen dazu entschieden hat, ihr erstes TV-Interview in dieser Funktion auf ProSieben zu geben. Insoweit ergänzen wir uns gut. Darüber hinaus haben wir beide einen gemeinsamen Nenner, der lineares Fernsehen heißt, und damit häufig gemeinsame Interessen wie bei der Auffindbarkeit von Rundfunk auf den Oberflächen.

#### **Wie viel Public Value kann sich ein privatwirtschaftliches Unternehmen leisten? Und welche neuen Inhalte in der Kategorie „Public Value“ wird ProSiebenSat.1 produzieren?**

Natürlich sind wir auch ein Wirtschaftsunternehmen, das profitabel agieren und sich im Wettbewerb mit den internationalen Video-on-Demand-Diensten durchsetzen muss. Aber wir sehen auch, dass unsere Stärke, unser Alleinstellungsmerkmal, wenn Sie so wollen, lokale, relevante und Liveinhalte sind. Dazu zählen die Reportagen von Thilo Mischke oder Themen wie der Pflegenotstand. Ab Herbst starten wir das neue Livejournal, *Zervakis & Opdenhövel. Live*. Das wird sicherlich ein Format mit hohem Public-Value-Gehalt, so viel können wir schon verraten. Und es wird viele Beiträge zur Bundestagswahl geben. ProSieben und SAT.1 erreichen mit ihrer Berichterstattung überproportional viele Jung- und Erstwähler. Deshalb achten wir sehr darauf, dass unsere Sendungen auch zur Zielgruppe passen und deren Sprache sprechen. Ein Beispiel: Die Kanzlerkandidatin bzw. Kanzlerkandidaten werden sich Kindern einer ganzen Schulklasse im „Kreuzverhör“ stellen müssen. Das sind Formate, die uns ausmachen.

#### **Was müsste perspektivisch seitens der Medienpolitik geschehen, um Public Value noch mehr zu fördern?**

Die Punkte „Barrierefreiheit“ und „Infotainment“ habe ich vorhin schon genannt. Darüber hinaus ist es sehr wichtig zu verstehen, dass wir uns in einem Wettbewerb befinden, der heute auch auf den Benutzeroberflächen von TV- und Streamingapps stattfindet. Wir haben in Deutschland eine einzigartige Meinungsvielfalt im dualen Rundfunksystem. Um das zu bewahren, sind solche Regelungen, wie sie jetzt Eingang in das Gesetz gefunden haben, notwendig. Schließlich wollen wir auch in Zukunft weiter Public-Value-Angebote entwickeln und etablieren.