

# **Untersuchung und Entwurf einer möglichen Interaktionsstelle zwischen Beitragszahler und öffentlich- rechtlichen Medien**

Bachelorarbeit  
von Felix Linz

Erstprüferin: Sven Janzen  
Zweitprüfer: Prof. Thomas Görne



1. Einleitung	5
2. Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk in Deutschland	6
3. Wahrnehmung des ÖRR	9
Die Rolle von Medienvertrauen	
Tatsächliche Wahrnehmung	
Politisch tendenziös?	
4. Einflussmöglichkeiten auf den ÖRR	
Beratung bei der Programmherstellung	
Politische Einflussnahme	
5. Rundfunkbeiträge	
6. Desinformationen und Medienkompetenz	
Geringes Wissen über Journalismus korreliert mit geringem Medienvertrauen	
Desinformationen	
Faktenchecks	
Social-Media-Plattformen als Bote	
7. Designziele	
8. Potenzielle Design-Lösungen	
8.1 Community Notes	
Forschungsstand zu Community Notes	
Überlegungen zur Implementierung im ÖRR	
8.2 Eigene Plattformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	
8.3 Direktmandate im Rundfunk	
Wahlmechanismen	
Potenziale und Herausforderungen	
8.4 Monetäre Priorisierung der Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	
8.5 Der Bonuseuro	
8.6 ÖRR Transparency Shazam	
9. Fazit	
10. Dokumentation des Designprozesses	
Literatur- und Quellenverzeichnis	
Ehrenwörtliche Erklärung	



# 1. Einleitung

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ÖRR) in Deutschland steht zunehmend unter Druck von mehreren Seiten. Politische Akteure fordern weitreichende Reformen, Teile der Bevölkerung zeigen eine wachsende Skepsis gegenüber dem ÖRR. Darüber hinaus steht die Frage im Raum, wie zeitgemäß ein Rundfunksystem aus dem analogen Zeitalter heute noch ist und wie der ÖRR den Kontakt zu jüngeren Generationen wahren kann. Besonders an den politischen Rändern wird dem ÖRR immer wieder vorgeworfen, nicht ausreichend neutral zu berichten oder parteipolitischen Interessen zu dienen. Parallel dazu wird häufig Kritik an der Programmstruktur laut, etwa hinsichtlich eines als veraltet empfundenen Angebots oder der Überrepräsentation bestimmter Formate.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob und inwieweit es sinnvoll wäre, den Beitragszahlenden mehr direkten Einfluss auf die inhaltliche und finanzielle Ausgestaltung des ÖRR zu ermöglichen. Könnte eine stärkere Publikumsbeteiligung dazu beitragen, Akzeptanz und Legitimation des ÖRR zu sichern und dessen gesellschaftliche Rolle zukunfts-fähig weiterzuentwickeln?

Im Theorieteil dieser Arbeit wird untersucht, welche gesellschaftliche Funktion der ÖRR in Deutschland erfüllt, wie die Bevölkerung ihn tatsächlich nutzt und wahrnimmt, in welcher Form BürgerInnen gegenwärtig Einfluss auf den ÖRR nehmen können und vor welchen gesellschaftlichen Herausforderungen der ÖRR aktuell steht. Auf Basis dieser Analyse werden mögliche Ansatzpunkte für eine stärkere Einbindung des Publikums identifiziert, die das Potenzial haben zur Verbesserung von Programmqualität, Repräsentativität und Medienvertrauen beizutragen.

## 2. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Deutschland: Struktur, Auftrag und gesellschaftliche Rolle

Für die Beantwortung der Kernfrage dieser Arbeit ist es notwendig zu verstehen, was genau öffentlich-rechtliche Medien in Deutschland gegenwärtig sind und welchen Auftrag sie erfüllen. Ohne dieses Grundwissen wäre es weder möglich, die Legitimität bestehender Beteiligungsmechanismen zu bewerten, noch einen stichhaltigen Prototypen für eine potenzielle neue Mitgestaltungsmöglichkeit für BeitragszahlerInnen zu entwickeln.

Die Architektur des Systems ist eine direkte Konsequenz aus der deutschen Geschichte des 20. Jahrhunderts. Nach den verheerenden Erfahrungen mit staatlich gelenkter Propaganda im Nationalsozialismus und im Staatssozialismus der DDR erschien es für den Aufbau der jungen Bundesrepublik zentral, eine unabhängige Informationsinfrastruktur zu schaffen. Nach 1945 förderten die westlichen Alliierten daher, nach dem Vorbild der britischen BBC, den Aufbau regional verankerter, staatsferner und nicht-kommerzieller Rundfunkanstalten in öffentlicher Trägerschaft mit dem klaren Ziel, die demokratische Meinungs- und Willensbildung zu stärken.<sup>1</sup>

Was historisch als Grundprinzip angelegt wurde, ist heute im Medienstaatsvertrag rechtlich fixiert, der 2020 den Rundfunkstaatsvertrag ablöste. Die Umbenennung signalisierte bereits den erweiterten Geltungsbereich über Radio und Fernsehen hinaus auf alle digitalen und telemedialen Angebote.<sup>2</sup> Der Kernauftrag des ÖRR – bestehend aus den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF, dem Deutschlandradio sowie ARTE – ist es, mit seinen Angeboten zum Prozess der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung beizutragen und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen.<sup>3</sup> Er ist verpflichtet, einen umfassenden Überblick über das Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben und so den gesamtgesellschaftlichen Diskurs zu fördern.<sup>4</sup>

Dieser übergeordnete Auftrag wird durch vier Elemente konkretisiert: Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung.<sup>5</sup> Der Informationsauf-

---

<sup>1</sup> KurzundKnappRedaktion2020

<sup>2</sup> Frank2020

<sup>3</sup> Lilienthal2009

<sup>4</sup> Medienstaatsvertrag2024

<sup>5</sup> Medienstaatsvertrag2024

trag ist dabei sehr weit gefasst und schließt nicht nur die unabhängige und sachliche Berichterstattung über das internationale, nationale und regionale Geschehen, sondern schließt explizit auch den investigativen Journalismus mit ein, der politische und gesellschaftliche Prozesse kritisch begleiten soll. Nachrichten müssen dabei vor ihrer Verbreitung mit der gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft geprüft werden.<sup>6</sup> Der Bildungsauftrag zielt auf Wissensvermittlung in den Bereichen, Wissenschaft, Gesellschaft und Geschichte ab, und verlangt vom ÖRR, diese für eine breite Bevölkerungsschicht zugänglich zu machen.<sup>7</sup>

Eine besondere Stellung nimmt der Kulturauftrag ein. Der Deutsche Kulturrat bezeichnet die Bedeutung des ÖRR für diesen Bereich als „unverzichtbar“, da er einer der wesentlichen Auftraggeber für die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft ist, insbesondere für Genres wie das Hörspiel oder zeitgenössische Kompositionen. Durch die Kulturberichterstattung und Kunstkritik beeinflusst er maßgeblich die öffentliche Wahrnehmung und damit auch den Erfolg von Kunstschaffenden.<sup>8</sup> Selbst die Unterhaltung kann eine wichtige gesellschaftliche Funktion erfüllen, indem sie Realitätsbilder vermittelt und Gesprächsanlässe schafft, an die sich gesellschaftliche Diskussionsprozesse über Werte und Normen anschließen können.<sup>9</sup>

Um die Erfüllung dieser anspruchsvollen Aufträge zu gewährleisten, wurde der ÖRR mit zwei fundamentalen Prinzipien der Unabhängigkeit ausgestattet. Das erste ist das Gebot der „Staatsferne“. Es bedeutet, dass staatliche Organe weder redaktionell tätig werden noch die journalistischen Inhalte beeinflussen dürfen. Dieses Prinzip soll eine politische Vereinnahmung und die Entstehung eines „Staatsfunks“ ausschließen und ist die Voraussetzung dafür, dass der ÖRR seine Rolle als *vierte Gewalt* – als Kontrollinstanz von Exekutive, Legislative und Judikative – wirksam ausüben kann.<sup>10</sup>

Die zweite, ebenso wichtige Garantie ist die wirtschaftliche Unabhängigkeit. Um den ÖRR von kommerziellen Zwängen wie Einschaltquoten, Werbepartnern oder den Interessen privater Konzerne abzuschildern, hat das Bundesverfassungsgericht dem Gesetzgeber die Gewährleistung einer bedarfsgerechten Finanzierung vorgeschrieben. Dieses

---

<sup>6</sup> Hoffmann2016

<sup>7</sup> Hoffmann2016

<sup>8</sup> Kulturrat2024

<sup>9</sup> Bundesverfassungsgericht2008

<sup>10</sup> Bovermann2024

Urteil ist die Legitimationsgrundlage für den Rundfunkbeitrag, aus dem sich der ÖRR primär finanziert.<sup>11</sup>

Der Zweck des Beitrags besteht somit nicht darin, ein individuelles Wunschprogramm zu finanzieren, sondern die strukturelle Unabhängigkeit zu sichern, die für eine gemeinwohlorientierte Auftragserfüllung unabdingbar ist. Diese besondere Stellung des ÖRR wird im Kontext des dualen Mediensystems in Deutschland noch deutlicher. Hier sollen sich gemeinwohlorientierte öffentlich-rechtliche und privatwirtschaftliche, meist kostenpflichtige oder werbefinanzierte Medien, gegenseitig ergänzen.<sup>12</sup> Während private Medienunternehmen deshalb vor allem Inhalte anbieten, die einen finanziellen Erfolg versprechen, kann der ÖRR aufgrund seiner Finanzstruktur auch jene Themen behandeln, die gesellschaftlich relevant, aber ökonomisch nicht rentabel sind. Diese Aufgabenteilung gerät jedoch insbesondere im digitalen Raum unter Druck. Ein aktuelles Konfliktfeld zeigt sich im Verhältnis zu den Presseverlagen, die kritisieren, dass der ÖRR mit seinen gebührenfinanzierten und frei zugänglichen Online-Textangeboten eine Presseähnlichkeit aufweise und damit unfaire Konkurrenz zu ihren Bezahlmodellen darstelle.<sup>13</sup> Diese Spannung verdeutlicht, wie der traditionelle Auftrag in der veränderten Medienlandschaft permanent neu ausgehandelt und verteidigt werden muss.

---

<sup>11</sup> Bovermann2024

<sup>12</sup> Piepenbrink2009

<sup>13</sup> Fries2022



### 3. Wahrnehmung des ÖRR

Schon 2014 beschimpften BürgerInnen aus dem Umfeld von *Pegida* etablierte deutsche Medien als *Lügenpresse*. Ein Jahr später wurde es von einer Jury zum *Unwort des Jahres* gewählt.<sup>14</sup> 2016 begann Donald Trump erfolgreich die Kontrolle durch die *vierte Gewalt* zu bekämpfen, indem er sie ab da über 2000 mal „Fake News“ nannte.<sup>15</sup> Spätestens seit dem, wird in der Deutschen Medienlandschaft immer wieder und verstärkt über eine Vertrauenskrise in die deutschen Medien diskutiert.<sup>16</sup> Aber nicht nur Medienwissenschaftler diskutieren über Sinn und Zweck des ÖRR, auch auf Social Media wird die Debatte nach wie vor geführt. Auf der Plattform *Reddit* ärgert sich ein mutmaßlicher Nutzer, wie es nur sein könne, dass er jeden Monat 20€ für etwas bezahlen müsse, was er nie nutze: Rote Rosen, Sturm der Liebe, das Traumschiff und dann noch den Tatort. Aber nicht nur das Unterhaltungsprogramm der ARD ist im Fokus der Kritiker. Am 27. Mai 2025 äußerte der Journalist und Webvideoproduzent Tilo Jung in der ARD-Sendung *Monitor* umfassende Kritik am im ÖRR beheimateten Journalismus. Der Qualitätsjournalismus läge in Deutschland 3 Meter unter dem Boden und sei faktisch tot. Deutsche JournalistInnen hielten sich nicht an journalistische Qualitätsstandards, dienten nicht der Öffentlichkeit, sondern ausschließlich den Mächtigen. Beim ÖRR könne man nur Chefredakteur mit Stimmen von CDU und SPD werden, dadurch stünde das gesamte System ÖRR in einer Koabhängigkeit mit der Politik. Den ÖRR sieht er dabei besonders in der Verantwortung, da dieser im Gegensatz zu den privaten Medien frei von Gewinnorientierung arbeiten könne. Allerdings arbeite der Journalismus in Deutschland primär um den Interessen der Mächtigen und der Staatsdoktrin zu dienen. Jung geht dabei so weit, dem Journa-

---

<sup>14</sup> *Spiegel*2015

<sup>15</sup> *Woodward*2020

<sup>16</sup> *Viehmänn*2023

lismus sein Dasein als Journalismus abzusprechen, und ihn stattdessen als *Propaganda* zu betiteln. Aber auch Moderator und Leiter der Sendung Georg Restle äußert scharfe Kritik am eigenen Arbeitgeber. Unter dem Deckmantel des programmatischen Grundsatzes *Vielfaltsgebot* würden RedakteurInnen des ÖRR ideologisch getriebene Beiträge produzieren, die journalistische Standards ignorieren. Darüber hinaus hätten die Mediatheken einen negativen Einfluss auf die Qualität der Programme, da sie Erfolg an der Reichweite mäßten und qualitativ hochwertigen Programmen mit geringen ZuschauerInnenzahlen ein Ende bereiten.<sup>17</sup>

In einem journalistischen Diskussionsbeitrag spricht der Jurist Hermann Binkert von einem massiven Vertrauenseinbruch bei unter 30-Jährigen. Nur jeder Dritte dieser Altersgruppe vertraue ARD und ZDF.<sup>18</sup> Wie zufrieden die Deutschen tatsächlich mit dem ÖRR sind, und wie sehr sie diesem Vertrauen schenken, messen mehrere Studien.

### **Die Rolle von Medienvertrauen**

Der Begriff des Medienvertrauens ist zentraler Teil dieses Themenkomplexes, und bedarf einer gewissen Erläuterung. Es bezeichnet das Ausmaß, in dem Menschen den Informationen glauben, die sie über Medien erhalten, und die Medien insgesamt als glaubwürdig, unabhängig und zuverlässig einschätzen. Es umfasst sowohl die Einschätzung zu einzelnen Themenfeldern, als auch das generelle Vertrauen in journalistische Institutionen. In einer demokratischen Gesellschaft ist dieses Vertrauen in Medien von grundlegender Bedeutung, weil es darüber entscheidet, ob Medien ihre grundlegende Funktion als *vierte Gewalt* wirksam erfüllen können. Demokratie lebt davon, dass BürgerInnen informierte Entscheidungen treffen, sich politisch beteiligen und Machtmissbrauch erkennen und sanktionieren können. Dafür braucht es eine Öffentlichkeit, in der Informationen frei zirkulieren und als glaubwürdig anerkannt werden. Zwar gibt es in einer modernen Gesellschaft andere Methoden, um an zuverlässige Informationen zu gelangen als über den ÖRR, Private Sender und die Presse, das individuelle Erlangen dieser Informationen ist aber zeitaufwändig, benötigt intensive Ressourcen, und ist für jede individuelle Information die im Alltag benötigt wird nicht realistisch. Deshalb geben BürgerInnen Medien einen *Vertrauensvorschuss*, dahingehend, dass sie sorgfältig recherchieren und sachlich angemessen berichten, und unter allen Geschehnissen diejenigen auswählen, die für die Gesellschaft bedeutsam sind. Es wird von Medien, die dieser Rolle gerecht werden wollen, auch erwartet, dass sie eine unabhängige und

---

<sup>17</sup> *Monitor2025*

<sup>18</sup> *Binkert2024*

sorgfältig arbeitende Instanz sind, die nicht nur wichtige von unwichtigen, sondern auch richtige von falschen und gute von schlechten Informationen unterscheidet, mithin Fakten von Propaganda. BürgerInnen gehen dann ein Risiko ein, wenn sie nicht überprüfbare Informationen aus Medienhand als Basis ihres Handelns verwenden. Dann besteht das Risiko, dass sie auf Basis falscher Informationen falsche oder schlechte Entscheidungen treffen. Ohne Vertrauen in Medien entsteht ein Informationsdefizit, das es wahrscheinlicher macht, dass Menschen ihre Informationen aus alternativen, womöglich weniger akkuraten oder wohlgesonnenen Quellen erhalten, als es der ÖRR in Deutschland sein sollte. Medienvertrauen spielt vor allem eine entscheidende Rolle wenn es um Informations-, Bildungs- und Nachrichtensendungen geht. Bei der Nutzung von Unterhaltungsangeboten wie TV-Shows oder Kinofilmen sind persönliche Geschmackspräferenzen und der Anspruch ausschlaggebend, gut unterhalten zu werden. Enttäuschungen haben hier weniger schwerwiegende gesellschaftliche Konsequenzen als im Fall falscher oder unzureichender Informationen, die Menschen möglicherweise zur Grundlage ihrer politischen oder wirtschaftlichen Entscheidungen machen.<sup>19</sup> Die politische und wirtschaftliche Entwicklung einer Gesellschaft hängt davon ab, ob ihre Institutionen inklusiv organisiert sind. Inklusive Institutionen ermöglichen breite Teilhabe, sichern Rechte, fördern Innovation und werden von einer aktiven Öffentlichkeit begleitet, die Fehlentwicklungen sichtbar macht.<sup>20</sup> Medien spielen in diesem Gefüge eine zentrale Rolle. Sie sind Vermittler zwischen Staat und Gesellschaft, Informationslieferanten und ein Forum für öffentliche Debatten. Wenn Medien unabhängig berichten können und Vertrauen genießen, tragen sie zur Stabilität und Weiterentwicklung inklusiver Institutionen bei. Ist das Vertrauen jedoch zerstört etwa durch politische Einflussnahme, wirtschaftliche Abhängigkeiten oder gezielte Desinformation sinkt die Fähigkeit der Medien, ihre demokratische Funktion zu erfüllen. Medienvertrauen ist somit nicht nur eine Frage individueller Einstellung, sondern ein Seismograph für die Qualität demokratischer Institutionen insgesamt. Diese Beobachtung deckt sich mit einem Zusammenhang, der in allen zu diesem Thema hier beleuchteten Studien, die sich damit beschäftigt haben, beobachtet wurde: Menschen, die demokratischen und staatlichen Institutionen in Deutschland insgesamt vertrauen, haben auch ein deutlich erhöhtes Medienvertrauen.<sup>21</sup> Die beste Voraussage darüber, wie sehr ein Mensch Medien vertraut, ist das *interpersonale Vertrauen*, also wie sehr ein Mensch davon ausgeht seinen

---

<sup>19</sup> Viehmann2023

<sup>20</sup> Robinson2013

<sup>21</sup> Fawzi2025

Mitmenschen grundsätzlich Vertrauen entgegenbringen zu können und dass die meisten Menschen gute Absichten haben. Daraus schlussfolgern die AutorInnen der *Mainzer Langzeitstudie*, dass Medienvertrauen auch Vertrauen in die Personen ist, die die Medien repräsentieren oder die sie aus den Medien kennen. Das heißt allerdings nicht, dass Medienvertrauen nicht entstehen oder verschwinden kann. Eine gute Illustration für die Entstehung von neuem Medienvertrauen und dessen Nebeneffekten ist die Entwicklung in der Covid19 Pandemie. Am Ende des Jahres 2020 erreichte das Medienvertrauen in Deutschland seinen bisherigen Höchstwert. Die von der Pandemie verursachte Unsicherheit führte zu einem gesteigerten Informationsbedürfnis, das das Medienpublikum anscheinend in Krisenzeiten am liebsten mit bewährten und etablierten Medien befriedigt, da diese mit ihren Ressourcen und Netzwerken gut in der Lage sind, komplexe Sachverhalte schnell zu recherchieren, sie redaktionell leicht verständlich aufzuarbeiten und zu vermitteln. Interessanterweise änderte dieses neu hinzugewonnene Publikum mitunter seine Ansichten zu anderen Themen, von denen etablierte Medien berichten. So schätzten Ende 2020 deutlich mehr Menschen die Berichterstattung zu den Themen Islam und Klima als vertrauenswürdig ein, als noch vor der Pandemie.<sup>22</sup> Es gäbe also eine Antwort auf die drängende Frage, wie man eingefleischte GegnerInnen der etablierten Medien zurückgewinnen kann: in Zeiten, in denen unabhängige und zuverlässige Berichterstattung gefragt ist, liefern, Erwartungen erfüllen oder sogar übertreffen, und durch diese wiederholten positiven Erfahrungen Medienvertrauen aufbauen.<sup>23</sup> Diese Erwartung besteht auch in großen Teilen der Bevölkerung: 86% glauben dass das ZDF eine verlässliche Informationsquelle in Krisenzeiten sein sollte, und dass es Menschen dabei unterstützen soll, zwischen verlässlichen und gefälschten Informationen unterscheiden zu können (85 %). Allerdings glauben nur (53%) dass es das gegenwärtig auch tue.<sup>24</sup>

### **Tatsächliche Wahrnehmung**

Menschen, die den ÖRR häufig nutzen, fühlen sich besser von ihm repräsentiert, und darüber hinaus auch besser in der Gesellschaft integriert.<sup>25</sup> Insgesamt nutzten das Fernsehangebot des ÖRR in Deutschland laut einer repräsentativen Umfrage immerhin 83,5% der befragten Personen; 58,5% der Befragten schalteten es sogar täglich oder mehr-

---

<sup>22</sup> Viehmann2023

<sup>23</sup> Viehmann2023

<sup>24</sup> Hasebrink2025

<sup>25</sup> Stegmann2024

mals täglich ein.<sup>26</sup> 5% nutzen das Onlineangebot des ÖRR als Hauptinformationsquelle. Zwar geben diese Zahlen Anlass zum Glauben an ein auch künftig stabiles Vertrauen, aber der Altersdurchschnitt derer, die den ÖRR aktiv konsumieren, ist mit 57-61 Jahren etwa 10 Jahre älter, als die Durchschnittsbevölkerung. Diese Überalterung und der enge Zusammenhang zwischen Konsum und Vertrauen lässt befürchten, dass in Zukunft durch die demografischen Veränderungen in der Bevölkerung ein Vertrauensverlust entstehen könnte. Tatsächlich zeigt die aktuelle *WDR Studie zur Glaubwürdigkeit der Medien*, dass ältere Menschen (65+) den ÖRR auch etwas glaubwürdiger finden als junge Menschen (18-34), allerdings ist der Unterschied nicht dramatisch (58% vs. 49%).<sup>27</sup> Das Medienvertrauen in den ÖRR in Deutschland ist, entgegen dem, was die energisch geführte Debatte in der Öffentlichkeit vermuten lässt, relativ hoch. Die aktuellste Ausgabe der Mainzer Langzeitstudie für die zwischen 4. November und 7. Dezember 2024 bundesweit 1.203 BürgerInnen ab 18 Jahren in einer repräsentativen Telefonumfrage befragt wurden, befand den ÖRR als das Medium in Deutschland, dem am meisten Vertraut wurde. 61% der Deutschen sagten, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen eher oder sehr vertrauenswürdig war. Das Vertrauensniveau lag jedoch deutlich unter dem Wert während der Covid-19-Pandemie (70 %) oder des Vorpandemiejahrs 2019 (67 %). Gegenüber dem Vorjahr 2023 verlor der ÖRR 3 Prozentpunkte beim Vertrauen und lag damit auf dem bisherigen Tiefstwert seit Beginn der Erhebung. Das Vertrauen in Medien insgesamt war am höchsten bei Menschen mit Sympathien für die Grünen (71 %), die Linke (71 %) und die SPD (60 %). AnhängerInnen der CDU/CSU (48 %) und FDP (42 %) liegen im Mittelfeld, während Personen mit einer Parteineigung für BSW (27 %) und die AfD (15 %) ein geringes Vertrauen in die Medien aufwiesen.<sup>28</sup> In der aktuellen WDR Studie zur Glaubwürdigkeit empfanden immerhin 65% den ÖRR als Glaubwürdig. Die Online Angebote des ÖRR erzielten das geringste Vertrauen unter den ÖRR Angeboten (55%).<sup>29</sup> Im weiteren Sinne betrachtet, ist das Vertrauen in Online Angebote, und insbesondere in Social Media Angebote gering. Sozialen Netzwerken wie *Facebook*, *Instagram* und *X* vertrauen nur 3%. Sagten im Jahr 2023 noch 27% der befragten Personen, dass man den Netzwerken zumindest teilweise vertrauen könne, waren es im aktuellsten Erhebungsjahr nur 22%. Gleichzeitig stieg der Anteil der befragten Personen,

---

<sup>26</sup> Hasebrink2025

<sup>27</sup> Dimap2025

<sup>28</sup> Fawzi2025

<sup>29</sup> Dimap2025

die den Netzwerken überhaupt nicht vertrauen, um 6 Prozentpunkte auf 57%. Die AutorInnen der Studie machen dafür anhaltende öffentliche Debatten über mögliche und tatsächliche politische Manipulationsversuche in diesen Netzwerken sowie die Täuschungsmöglichkeiten durch generative KI verantwortlich. Es zeigt sich auch ein gewisses Differenzierungsvermögen bei den ZuschauerInnen. Während alle Studien ein insgesamt recht hohes Medienvertrauen und hohe Glaubwürdigkeit aufzeigen, vertrauen MedienkonsumentInnen bei einzelnen Themen selektiv deutlich weniger. So befanden die Berichterstattung zum Thema *Gaza* 27% der befragten Personen als teilweise oder überwiegend glaubwürdig, während weitere 27% bei diesem Thema gar kein Vertrauen aussprachen. Immerhin 40% vertrauten der Berichterstattung zum Thema „Russischer Angriffskrieg auf die Ukraine“.<sup>30</sup> Bei solch kontroversen und polarisierenden Themen wie auch „Kriminalität bei Geflüchteten“ werden die Medien oft gleich von zwei Seiten des politischen Spektrums kritisiert. Die einen vertrauen möglicherweise deshalb weniger, weil sie den Eindruck haben, das wahre Ausmaß der Kriminalität werde von den Medien nicht abgebildet, letztlich also heruntergespielt; die anderen sind misstrauisch, weil sie den Eindruck haben, die Kriminalität werde in den Medien übertrieben dargestellt, also aufgebauscht, und unnötigerweise werde ein Zusammenhang zur ethnisch-kulturellen Herkunft der Tatverdächtigen hergestellt. Diese kontroversen Themenfelder bieten auch immer ein hohes Risiko des Verlustes von Medienvertrauen, da Menschen, denen ein Thema besonders wichtig ist, bei Enttäuschung der Erwartungen an die Berichterstattung zu diesem Thema, schnell ihr gesamtes Vertrauen in ein Medium verlieren.<sup>31</sup> Etwa jeder fünfte Deutsche findet zur Themenauswahl der Deutschen Medien insgesamt, dass diese persönlich relevanten Themen der BürgerInnen nicht ernst nähmen und dass die in den Medien vertretenen Meinungen stark von den individuellen Meinungen der BürgerInnen abwichen. Die Hälfte der Deutschen glaubt der Journalismus sei „in den letzten Jahren schlechter geworden“, nur 10% glauben das Gegenteil.<sup>32</sup> 34% der befragten Personen waren zudem der Meinung, dass es eine Diskrepanz zwischen den tatsächlich erlebten gesellschaftlichen Zuständen und deren Darstellung in den Medien gäbe. Im aktuellen Befragungszeitraum, zeigen mehrere Studien eine Zunahme an „Medienzynismus“. Davon wird gesprochen, wenn Menschen Medien nicht nur wenig vertrauen, sondern ihnen sogar konspirative Merkmale, unlautere Motive und eine manipulative Arbeitsweise unterstellen. Dazu zählen Aussagen wie:

---

<sup>30</sup> Fawzi2025

<sup>31</sup> Viehmann2023

<sup>32</sup> Steinbrecher2024

„Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen“. Dieser Aussage stimmte 2024 jeder 5. Deutsche zu. Zwei Jahre zuvor lag dieser Wert noch bei 14%. Die Zustimmung zur Aussage „Die Medien untergraben die Meinungsfreiheit in Deutschland“ stieg um 5% auf 20%. Nur noch die Hälfte der Deutschen lehnte die Aussage ab, dass in Deutschland Politik und Medien Hand in Hand arbeiteten, um die Bevölkerungsmeinung zu manipulieren. Im Vorjahr taten das noch 5% weniger.<sup>33</sup> Medienschaffende wurden als Elite wahrgenommen, als eine Gruppe von Menschen, die in ihrer politischen Haltung, in ihren demografischen Eigenschaften und in ihrem kulturellen Habitus homogen sind, und mehr mit anderen Eliten als mit der Durchschnittsbevölkerung gemein habe. Dabei würden sie stark mit anderen Eliten wie der Politik interagieren und weniger mit ihrer eigentlichen Zielgruppe, den RezipientInnen.<sup>34</sup>

### **Politisch tendenziös?**

Zwei Drittel der Deutschen glauben, dass JournalistInnen in ihrer Berichterstattung Positionen der Partei übernehmen, der sie nahestehen. Insbesondere eine nicht repräsentative Umfrage aus dem Jahr 2020, der zufolge über 90% der befragten ARD-Volontäre bei der nächsten Bundestagswahl die Grünen, die SPD oder die Linkspartei wählen wollten, wird immer wieder herangezogen, um diese Kritik zu stützen.<sup>35</sup> Tatsächlich standen immerhin 41% der deutschen Journalistinnen in einer Befragung 2024 den Grünen nahe, 16% der SPD und fast keiner der AfD. Das steht in Kontrast zur ermittelten Parteinähe der Gesamtbevölkerung zum selben Zeitpunkt in der Studie. Dort standen 19% den Grünen nahe, 17% der SPD und 10% der AfD.<sup>36</sup> In Anbetracht dieser Zahlen liegt also die Vermutung nahe, dass die Wahrnehmung der MedienkonsumentInnen der Wahrheit entspricht, und die gefühlte tendenziöse Berichterstattung aus der Differenz in der Parteinähe entspringt. Maurer et al. haben 2023 untersucht, wie sehr die Berichterstattung des ÖRR im Vergleich zu anderen deutschen Medien tatsächlich politisch tendenziös ist, indem sie eine quantitative Inhaltsanalyse der Politik-Berichterstattung von 9 öffentlich-rechtlichen Medienformaten und 38 privatwirtschaftlich organisierten Medien durchgeführt haben. Darin untersuchten sie wie positiv und negativ die jeweiligen Parteien darin präsentiert wurden. Darüber hinaus wurde die Themenvielfalt unter-

---

<sup>33</sup> *Fawzi2025*

<sup>34</sup> *Viehmänn2023*

<sup>35</sup> *Maurer2024*

<sup>36</sup> *Steinbrecher2024*

sucht. Die Bewertung der Parteien war sowohl in den öffentlich-rechtlichen als auch den privatwirtschaftlichen Vergleichsmedien überwiegend negativ. Unterschiede zeigten sich im Ausmaß negativer Bewertungen. Bei einem Vergleich der Menge an negativen und positiven Beiträgen zeigte sich, dass die untersuchten öffentlich-rechtlichen Formate die SPD und die Grünen tatsächlich deutlich weniger negativ bewerteten als die Vergleichsmedien (SPD -3% vs. -21%, Die Grünen -27% vs. -45%). Vergleicht man Regierungs- und Oppositionsparteien kumuliert, zeigt sich, dass die drei Regierungsparteien in den öffentlich-rechtlichen Formaten insgesamt deutlich weniger negativ dargestellt wurden als die drei Oppositionsparteien (-19% vs. -43%), wohingegen die Vergleichsmedien diesen Unterschied nur minimal aufwiesen (-34% vs. -38%). Die AfD wurden im ÖRR zwar am negativsten aller Parteien bewertet, kam aber deutlich besser davon, als in den Vergleichsmedien (-78% vs. -86%). Über die Linke gab es gar keine positiven Beiträge im ÖRR, somit fiel die Gesamtbewertung mit -43% auch deutlich negativer aus, als in den Vergleichsmedien (-15%). Bei der Themenanalyse des ÖRR dominierte Wirtschaft/Arbeit und schwankte bei den einzelnen Formaten zwischen 25% und 34%. Das Themenfeld *Kultur/Bildung* kam mit 4% im ÖRR noch einen Prozentpunkt seltener vor als in den Vergleichsmedien. Auch über *Umwelt* und *Klima* berichteten die Vergleichsmedien mehr (7% vs. 8%).<sup>37</sup> Insgesamt lässt sich also sagen, dass der ÖRR tatsächlich weniger negativ über SPD und Die Grünen berichtet, als die private Nachrichtenwirtschaft, dabei aber immer noch sehr negativ berichtet. Besorgniserregend ist darüber hinaus, dass der ÖRR trotz seines konkreten Auftrags und seiner finanziellen Unabhängigkeit genau dieselbe Themenlandschaft behandelt wie die Privatmedien und dem Thema Kultur und Bildung sogar weniger Aufmerksamkeit schenkt. Immerhin wünschen sich 83% der Deutschen, dass der ÖRR die Deutsche Kultur in ihrer gesamten Breite abbilden solle.<sup>38</sup>

Die Studie *Die Talkshow Gesellschaft* von Paulina Fröhlich und Johannes Hillje liefert einen Einblick in die Gründe warum 50% der Deutschen an einen großen Einfluss der Politik auf die Medien, 39% an eine Abhängigkeit der Medien von Mächtigen aus der Politik, und immerhin 31% an einen Kontaktverlust zu Menschen wie ihnen glauben könnten. In ihr wurde untersucht, wer im Format Talkshow für wen spricht.<sup>39</sup> Der Journalist Fabian Goldmann hatte die Gäste von *Anne Will*, *hart aber fair*, *Maischberger* und *Maybrit Illner* aus dem Jahr 2019 schon entlang einer Reihe soziodemographischer Merkmale untersucht und war zu dem

---

<sup>37</sup> Maurer2024

<sup>38</sup> Hasebrink2025

<sup>39</sup> Steinbrecher2024



Schluss gekommen, dass die Gästelisten die Diversität der Gesellschaft nur unzureichend abbilden. Im Gegensatz zur Gesamtgesellschaft waren seinen Zahlen zufolge 38% der Talkshowgäste *Frauen*, 5% *MigrantInnen*, 12% *Ostdeutsche* und 6% *People of Color*. Möchte man die Abbildung gesellschaftlicher und politischer Vielfalt in Talkshows untersuchen, stellt sich allerdings nicht nur die Frage *Wer spricht?*, sondern vor allem: *Wer spricht für wen?*.

Den Untersuchungen der Studie zufolge waren 42,6% der Gäste in den Talkshows VertreterInnen von Parteien. 22,9% stammten aus dem Journalismus. Zusammengenommen kamen damit 65,5% der Gäste in den wichtigsten vier Polit-Talkshows aus Politik und Medien. Die Anteile von Gästen aus anderen gesellschaftlichen Bereiche fielen deutlich geringer aus: 8,8% der Gäste kommen aus der Wissenschaft; 6,4% aus der Wirtschaft; 2,8% aus dem Kulturbereich und 2,7% aus der organisierten Zivilgesellschaft. Nur 1,4% der Gäste kamen aus dem Bereich Soziales, 0,7% aus der Religion, und 0,1% aus der Bildung. Aber bei genauerer Betrachtung zeigten sich noch mehr Repräsentationsprobleme 70% der PolitikerInnen kamen von der Bundesebene. Gemessen an der hohen Bedeutung der europapolitischen Ebene – fast jedes zweite Gesetz in Deutschland geht auf einen Impuls aus Brüssel zurück – sind PolitikerInnen aus EU-Institutionen sehr selten Talkshowgäste. Sie machen nur 7,3% der Gäste aus der Politik aus. Aber auch die Repräsentation der „Wirtschaft“ war verzerrt. In acht von zehn Fällen wurde die Wirtschaft durch die Unternehmerseite repräsentiert. 46% der Gäste aus der Wirtschaft waren VertreterInnen von Unternehmen, 27% kamen aus Branchenverbänden. Nur 8% kamen aus Gewerkschaften und 9% von Verbraucher- und KonsumentInnenorganisationen. Ironischerweise sind die Vertrauensverhältnisse der BürgerInnen zu diesen Institutionen quasi invertiert. 56% der Deutschen haben sehr großes oder großes Vertrauen in Nichtregierungsorganisationen. Dahinter liegen Gewerkschaften mit einem Vertrauenszuspruch von 53%. Großen Unternehmen und Arbeitgeberverbänden vertrauen nur 29%.<sup>40</sup> Den Arbeitgebern der größten Gruppe von Talkshowgästen, den politischen Parteien, schenkten 2024 gerade mal 8% der Deutschen großes Vertrauen.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Froehlich2020

<sup>41</sup> Steinbrecher2024

## 4. Einflussmöglichkeiten auf den ÖRR

### Beratung bei der Programmherstellung

Offiziell kontrollieren den ÖRR in Deutschland die Rundfunkräte (ARD), der Fernsehrat (ZDF), und der Hörfunkrat (DLF). Trotz der verschiedenen Begrifflichkeiten bezeichnen sie alle ungefähr das selbe. Jede Rundfunkanstalt hat ihren eigenen Rat, dessen konkrete Beschaffenheit und Zusammensetzung in den Landesstaatsverträgen von der Politik des Bundeslandes geregelt wird.<sup>42</sup> Die Aufgaben dieser Gremien umfassen die Überwachung der Einhaltung des gesetzlichen Sendeauftrags, die Garantie des vom Gesetzgeber erdachten *Vielfaltssicherungskonzepts*, das die Offenheit des Zugangs zum Programm der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten für verschiedene gesellschaftlich relevante Gruppen sichern soll, und während der jeweilige Rundfunkrat zwar offiziell keinen Einfluss auf die Programmgestaltung hat sondern nur berät, da dies Aufgabe der Intendanten sei, wählt er diese Intendanten auch selbst aus und wieder ab. Darüber hinaus wählt der jeweilige Rundfunkrat den Verwaltungsrat, ein weiteres Kontrollgremium, dessen Aufgaben vor allem aus Haushaltsfragen bestehen, aber auch die Ernennung mächtiger Mitglieder in der Steuerung des Programms, etwa der Position der ProgrammdirektorIn, beinhaltet. Im Beispiel des ZDF bestimmt der *Fernsehrat* allerdings nur zwei Drittel der Mitglieder dieses Verwaltungsrates. Die anderen vier werden von den Bundesländern berufen.<sup>43</sup> Die verschiedenen Rundfunkräte unterscheiden sich mitunter massiv in Budget, Zusammensetzung und Größe.<sup>44</sup> Allerdings entstehen alle von ihnen auf die selbe Weise: verschiedene Organisationen, darunter Fraktionen, Gewerkschaften, Arbeitgeber-, Wirtschafts- und Sozialverbände, Kirchen, Frauen- oder Jugendorganisationen, werden ermächtigt, Mitglieder zu entsenden. Die Mitglieder der Aufsichtsgremien werden nicht gewählt, sondern von den bestimmten Parteien und Verbänden selbstständig entsandt. Die Mitglieder der Räte sollen offiziell allerdings keine Interessenvertreter dieser Organisationen sein, sondern lediglich deren Repräsentanten. Rechtlich sind sie nur ihrem Gewissen und dem Gesetz unterworfen und an Weisungen ihrer entsendenden Organisationen nicht gebunden. Nach Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts sind sie *Sachwalter des Interesses der Allgemeinheit*<sup>45</sup> und *höchstes*

---

<sup>42</sup> [mediendiversitaet.de](http://mediendiversitaet.de)

<sup>43</sup> ZDF

<sup>44</sup> Stawowy2025

<sup>45</sup> BVerfGE 83, 238, 333

*Organ der Anstalt*<sup>46,47</sup> Damit ist in der Theorie garantiert, dass der ÖRR kein *Staatsfunk* ist. Tatsächlich aber entstehen die Rundfunkräte allerdings nicht aus der Zivilgesellschaft heraus, sondern sind von der Politik erdacht und rechtlich geregelt. Die Politik hat diese Strukturen kreiert, kann sie ändern oder durch etwas ganz Neues ersetzen.<sup>48</sup> Die ZuschauerInnen haben keinerlei Einfluss darauf wer sie in den Rundfunkräten repräsentiert. Der *Gebührenzahler* als solcher hat keinen Sitz im Rundfunkrat.<sup>49</sup> 2022 sah die Repräsentation der BürgerInnen in den Rundfunkräten insgesamt so aus: in den zwölf Rundfunkräten saßen genauso viele InteressenvertreterInnen von Bauern und Bäuerinnen (weniger als 1% der Bevölkerung), wie von Menschen mit Migrationshintergrund (mehr als 27% der Bevölkerung). Die Gruppe der *Heimatvertriebenen*<sup>50</sup> brachte es auf mehr Sitze als alle muslimische Organisationen zusammen. Mehr Über-80-Jährige überwachten das öffentlich-rechtliche Programm, als Unter-30-Jährige.<sup>51</sup> Diese Zahlen werden allerdings noch dadurch geschönigt, dass die Räte mancher Rundfunkanstalten deutlich diverser und repräsentativer sind als andere. Stand 2022 stellte der Bayerische Rundfunk ein besonders gutes Negativbeispiel für Repräsentation dar. Staatliche und staatsnahe Personen stellten die größte Gruppe in dessen Rundfunkrat (12x Landtag, 3x Kommunen, 1x Staatsregierung). Auch die Kirchenvertreter waren mit 10% deutlich überrepräsentiert. Eine einzige Person war unter 40.<sup>52</sup> Obgleich manche Rundfunkräte weniger monolithisch erscheinen, als der des BR, ihrem Anspruch, die Vielfalt der Gesellschaft zu repräsentieren, werden die öffentlich-rechtlichen Kontrollgremien definitiv nicht gerecht. Aber nicht nur deshalb haben MediennutzerInnen in Deutschland kein probates Mitspracherecht bei der Programmgestaltung. Direkte Beteiligung an der Programmentwicklung ist gesetzlich sowieso nicht vorgesehen.<sup>53</sup> Was die ZuschauerInnen können, ist ihre Meinung über vorgesehene Kanäle zu äußern: So unterhält die ARD beispielsweise eine *Zuschauerredaktion*,

---

<sup>46</sup> BVerfGE 31, 314, 328

<sup>47</sup> WissenschaftlicheDienste2008

<sup>48</sup> Rieg2025

<sup>49</sup> openPRRedaktion2024

<sup>50</sup> *Menschen, die vor 1938 ihren Wohnsitz in den Ostgebieten, dem Sudetenland und alten Siedlungsgebieten in Ost- und Südosteuropa hatten und bis 1993 im Geltungsbereich des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland aufgenommen wurden*

<sup>51</sup> Goldmann2022

<sup>52</sup> Goldmann2022a

<sup>53</sup> WissenschaftlicheDienste2008

der man schreiben kann, während das ZDF Kontaktmöglichkeiten und Services für Anregungen und Kritik, bzw. *Programmbeschwerden* bietet.<sup>54</sup> Daneben weist es in seiner Netiquette direkt auch darauf hin, dass Beschwerden ohne „höfliche und angemessene Formulierung“ ohne Rücksicht auf Kontext gelöscht werden.<sup>55</sup> Ein weiteres Mittel des Einflusses, den ZuschauerInnen auf das Programm nehmen können, ist streitbarerweise die *Quote*. Nicht nur bei den privaten Anbietern wird die Quote stark beachtet, sondern auch im ÖRR werden Sendungen dann abgesetzt oder geschrumpft, wenn sie die gewünschten ZuschauerInnenzahlen nicht erreichen.<sup>56</sup> Hier könnte man einen Konflikt mit dem Auftrag und der Rolle des ÖRR im dualen Mediensystem sehen, da seine Stärke eigentlich auch darin besteht, nicht auf Quoten angewiesen zu sein, sondern die Formate und Interessen zu bedienen, die im kommerziell orientierten Teil des Mediensystem nicht bedient werden können. Zusammengefasst gibt es also einen großen rechtlich geregelten Apparat zur Kontrolle und Programmsteuerung des ÖRR. Allerdings haben ZuschauerInnen und GebührenzahlerInnen selbst keine Kontrolle in diesem System. PolitikerInnen bestimmen, wer in den Rundfunkräten sitzt und den ÖRR dabei beaufsichtigt, sie, die Politik, zu kontrollieren. Die Kontrollmöglichkeiten derer, denen der ÖRR eigentlich dienen soll, den BeitragszahlerInnen, beschränken sich im Kern auf *Leserbriefe*. Das erscheint in Betrachtung der in der Grundidee des ÖRR verankerten *Staatsferne*, sowie der Kontrollfunktion gegenüber der Politik, die dem ÖRR anvertraut ist, paradox.

### Politische Einflussnahme

Die Betrachtung der Struktur dieser Kontrollorgane lässt verschiedene Schlüsse zu. Bestenfalls repräsentieren in den Rundfunkräten ein zugebenermaßen recht undiverses, überaltertes, größtenteils aus Parteivertretern bestehendes Grüppchen von Menschen, die Interessen der Deutschen MedienkonsumentInnen immer noch recht akkurat. Schlimmstenfalls nehmen die Mitglieder der Gremien skrupellos die Positionen ihrer Organisationen und Parteien ein, manipulieren die Berichterstattung und am Vorwurf „Staatsfunk“ ist doch tatsächlich etwas dran. Der Blick in die Vergangenheit zeigt einige besorgniserregende Fälle, allerdings auch rechtliche Konsequenzen. 2009 sprach der damalige Chefredakteur der SPD-Parteizeitung *Vorwärts* Uwe-Karsten Heye von einer drohenden „Berlusconisierung des Landes“. Grund dafür: Der

---

<sup>54</sup> ARD2024a

<sup>55</sup> ZDF2025

<sup>56</sup> WissenschaftlicheDienste2008

ZDF-Verwaltungsrat verweigerte seinem Chefredakteur Nikolaus Brender die Wiederwahl. Die Zusammensetzung des Verwaltungsrats damals: 5 Vertreter der SPD, 9 Vertreter der CDU.<sup>57</sup> WDR-Intendant Fritz Pleitgen sprach ihm damals „einen hervorragenden Ruf“, „Unabhängigkeit“, „Leidenschaft“, „Kompetenz“, „Streitlust“ und „Wahrhaftigkeit“ zu.<sup>58</sup> Eigenschaften, die durchaus geeignet für die Rolle eines ZDF Chefredakteurs klingen mögen. Andere stellten sich ebenfalls an die Seite Brenders - von der "FAZ" über die "Welt" und die "Süddeutsche" bis hin zum "Handelsblatt" und der "Zeit" hatten deutsche Zeitungen dem Chefredakteur beste Eigenschaften für seine Rolle bescheinigt. Auch der damalige ZDF Intendant Markus Schächter wollte seinen Vertrag verlängern.<sup>59</sup> Warum haben ihm die CDU-Vertreter im Verwaltungsrat die Rolle trotzdem verweigert? Der Publizist Uwe Kammann nannte das Verhalten der CDU-Mitglieder im ZDF-Verwaltungsrat damals „ein klares Machtexempel“. Die Union habe zeigen wollen „wo der Hammer hängt“.<sup>60</sup> Recherchen des Spiegels verwiesen schon Monate vor der Entscheidung auf das was kommen würde. Die CDU-Spitze hielt Brender demnach für „unberechenbar“ und „undiplomatisch“. Dem Bericht zufolge hatte auch Brenders Vorstoß, wonach Wünsche und Kritik von PolitikerInnen künftig schriftlich statt am Telefon geäußert werden müssten, um Versuche der Einflussnahme der Politik auf öffentlich-rechtliche ProgrammacherInnen dokumentierbar zu machen, für Unzufriedenheit in der CDU-Spitze gesorgt. Demnach machte Angela Merkel persönlich damals Druck, um Brender „loszuwerden“.<sup>61</sup> Der damalige CDU-Ministerpräsident und stellvertretender Vorsitzender des ZDF-Verwaltungsrats Roland Koch hatte schon im Vorfeld der Entscheidung seines Gremiums öffentlich mit falschen Tatsachen versucht Stimmung gegen Brender zu machen.<sup>62</sup> Aber es gab auch rechtliche Konsequenzen aus dem *Fall Brender*. Wegen dieser Vorgänge reichte die rheinland-pfälzische Landesregierung eine Normenkontrollklage beim Bundesverfassungsgericht ein.<sup>63</sup> Daraufhin erklärte dieses 2014 Teile des ZDF-Staatsvertrags für verfassungswidrig. Fernseh- und Verwaltungsrat seien nicht *staatsfern* genug, hieß es damals von Seiten des

---

<sup>57</sup> Huber2012

<sup>58</sup> *Gespräch mit Dirk Oliver Heckmann* 2010

<sup>59</sup> Spiegel2009

<sup>60</sup> *Gespräch mit Dirk Oliver Heckmann* 2010

<sup>61</sup> Spiegel2009

<sup>62</sup> Doerting2009

<sup>63</sup> Sterz2024

Gerichtes. Die Menge an *staatsnahen* Vertretern in allen Aufsichtsgremien des ÖRR wurden daraufhin im Urteil auf ein Drittel beschränkt.<sup>64</sup> Ob dieses Urteil und die folgenden Umstrukturierungen die Probleme der Aufsichtsgremien tatsächlich beseitigen konnte, untersuchte die Otto Brenner Stiftung 10 Jahre nach dem Urteil indem sie Informationen über alle 772 Mitglieder der Rundfunk- und Verwaltungsräte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland analysierte. Das Ergebnis: Der politische Einfluss in den Gremien des ÖRR reicht weit über die maximale gesetzlich vorgeschriebene Präsenz hinaus. Die Mitglieder der Gremien sind zwar tatsächlich nur noch maximal zu einem Drittel mit Menschen besetzt, die ein staatliches oder staatsnahes Amt innehaben, allerdings sind deutlich mehr Mitglieder der Gremien auch Mitglied in einer politischen Partei. So war für 83% der Mitglieder des ZDF-Aufsichtsrats, sowie 53% der ZDF-Fernsehräte eine Parteizugehörigkeit nachzuweisen. Insgesamt sind immerhin 41% aller Rundfunkratsmitglieder auch Mitglied einer Partei.<sup>65</sup> Zum Vergleich: nur 1,4% der Deutschen sind Mitglied in einer Partei.<sup>66</sup> Im besonders wichtigen Verwaltungsrat des ZDF sind vier von zwölf Mitgliedern amtierende MinisterpräsidentInnen. Zudem gibt es in den Gremien sogenannte *Freundeskreise*. Diese informellen Gruppen sind aufgeteilt in SPD-nah und Unions-nah und treffen sich außerhalb der offiziellen Sitzungen, um dort vorab bereits mögliche Personalien abzusprechen und abzustimmen.<sup>67</sup> Aber der Parteipolitische Einfluss geht über die Mitglieder der Gremien hinaus. Die Rolle der ARD-Programmdirektorin wird seit 2021 von Christine Strobl erfüllt. Die Intendanten der Landesrundfunkanstalten haben sie in Abstimmung mit den Kontrollgremien gewählt. Seit Ende der 1980er Jahre ist sie CDU-Mitglied, Tochter von Wolfgang Schäuble, und mit dem CDU-Politiker und ehemaligen Innenminister Baden-Württembergs, Thomas Strobl, verheiratet. Sie setzt auf weniger Informationen und Bildung, dafür mehr Unterhaltung. Als eine ihrer ersten Amtshandlungen versuchte sie zum Ärger des Deutschen Journalisten-Verbandes die kritischen ARD-Politmagazine *Kontraste*, *Monitor* und *Panorama* zu beschneiden.<sup>68</sup>

---

<sup>64</sup> Fittkau2015

<sup>65</sup> Stawowy2025

<sup>66</sup> Niedermayer2022

<sup>67</sup> Sterz2024

<sup>68</sup> Ehrenberg2021

## 5. Rundfunkbeiträge

Der ÖRR wird durch einen verpflichtenden Rundfunkbeitrag finanziert. Dieser beträgt gegenwärtig 18,36€ und summiert sich für ganz Deutschland auf etwa 9 Milliarden Euro.<sup>69</sup> Wenn der Durchschnittsdeutsche selbst entscheiden könnte, wie viel er für die Angebote des ÖRR zahlt, läge der Beitrag bei 8,93€. Jeder fünfte Deutsche wäre gar nicht bereit etwas für den ÖRR zu bezahlen. Die größten Einflussfaktoren auf die Zahlungsbereitschaft der Deutschen sind die wahrgenommene Qualität der Informationsangebote, und die Einschätzung der Unabhängigkeit von Staat und Regierung.<sup>70</sup> Insgesamt bezahlen 46 Millionen Haushalte Rundfunkbeiträge. Sie werden seit einer Reform 2013 nicht mehr für Art und Anzahl der Empfangsgeräte, sondern pauschal pro Haushalt veranschlagt. Angegebener Grund dafür: In der gegenwärtigen Medienlandschaft kein traditionelles Empfangsgerät mehr nötig, um Inhalte des ÖRR zu konsumieren. Manche Menschen, wie beispielsweise solche mit Behinderung zahlen mitunter einen reduzierten Beitrag, während unter anderem für Unternehmen, Hotels, Wohnmobile und Ferienwohnungen eigene Regeln gelten.<sup>71</sup> Der Rundfunkbeitrag wird festgesetzt, indem die Sender selbst ihren Finanzbedarf kommunizieren. Daraufhin werden die angegebenen Summen von der unabhängigen Kommission *KEF* überprüft und gegebenenfalls angepasst. Diese spricht daraufhin eine Empfehlung für die Höhe des Rundfunkbeitrags aus, die dann von der Ministerpräsidentenkonferenz für die nächsten vier Jahre angenommen oder abgelehnt wird.<sup>72</sup> 2024 meldeten die Sender einen Finanzierungsbedarf, der eine Erhöhung des Rundfunkbeitrags um etwa einen Euro zur Folge bedeutet hätte. Die *KEF* hat die empfohlene Erhöhung auf 58 Cent beschränkt, die Ministerpräsidentenkonferenz hat diesen Vorschlag abgelehnt. Als Grund wurden fehlende Reformen beim ÖRR genannt.<sup>73</sup> Pro gezahltem Rundfunkbeitrag gehen 12,78€ an die ARD, 4,69€ an das ZDF und 54 Cent an das Deutschlandradio. Die ARD gibt auf ihrer Website einen groben Überblick über ihre Verwendung der Rundfunkbeiträge. Daraus lässt sich entnehmen, dass 2,57€ für *Sport*, *Film* und *Unterhaltung*, 1,95€ für *Politik und Gesellschaft* und 0,27€ für

---

<sup>69</sup> *Sehl2024*

<sup>70</sup> *Sehl2023b*

<sup>71</sup> *Sehl2024*

<sup>72</sup> *KEF*

<sup>73</sup> *Deutschlandfunk2024*

*Kultur und Wissenschaft* verwendet werden.<sup>74</sup> 2018 gaben ARD und ZDF gemeinsam fast 800 Millionen Euro für *Sport* aus.<sup>75</sup>

Die Kosten pro Sendeminute gibt die ARD für verschiedene Formate an. *Tatort* und Fernsehfilme kosten die BeitragszahlerInnen etwa 20.000€ pro Sendeminute, während Reportagen und Magazine bei 1000€-2000€ liegen.<sup>76</sup> Insgesamt sind die Informationen zur Verwendung der Mittel aber schwer zu finden, verschachtelt und undurchsichtig.

Journalistische Initiativen kritisieren, dass nur ein vergleichsweise geringer Anteil der 9 Milliarden Euro auf investigative Recherchen entfällt. Vor allem vor dem Hintergrund des zunehmenden Rückgangs lokaler und regionaler Zeitungen erscheine das problematisch. Regionale und lokale Recherchen durch den ÖRR seien in der gegenwärtigen Medienlandschaft von besonderer Relevanz, da sie eine Informationslücke schließen könnten, die durch den Strukturwandel der Presse entstanden ist. Die vom ÖRR häufig beschäftigten freien JournalistInnen seien oft gezwungen, Vorrecherchen auf eigenes Risiko zu leisten. Diese Praxis habe zur Folge, dass viele Medienschaffende sich auf risikoarme Themen konzentrieren. Komplexe und gesellschaftlich relevante Missstände, deren Aufarbeitung mit hohen Kosten und unsicherem Ausgang verbunden seien, bekommen dadurch weniger Aufmerksamkeit als sie benötigen.<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup> ARD

<sup>75</sup> Leinker2020

<sup>76</sup> ARDa

<sup>77</sup> Drepper2023



## 6. Desinformationen und Medienkompetenz

### Geringes Wissen über Journalismus korreliert mit geringem Medienvertrauen

Menschen, die mehr über den Journalismus wissen, gehören mehrheitlich zu der Gruppe, die den etablierten Medien im Großen und Ganzen vertraut. In der Mainzer Langzeitstudie waren allerdings nur 60% der befragten Personen über die *Verpflichtung zur Sorgfalt und Wahrheit* informiert. Grundwissen über die professionellen Regeln und Arbeitsweisen der JournalistInnen ist laut den AutorInnen der Studie jedoch unerlässlich, um die Leistungen der Berichterstattung angemessen einschätzen zu können. Wie sich bei der Befragung gezeigt hat, kennt zwar eine Mehrheit wichtige Grundlagen und Prinzipien des Journalismus in Deutschland, ein nennenswerter Bevölkerungsanteil ist jedoch unsicher oder hat falsche Vorstellungen. Annähernd die Hälfte der befragten Personen antwortete entweder mit *weiß nicht* oder *falsch* auf die Frage, ob JournalistInnen ohne gesetzliche Schranken berichten dürften, was sie wollten. Auf der anderen Seite zeigten sich 11% davon überzeugt, dass JournalistInnen jeden Beitrag, den sie veröffentlichen, *vorher von Behörden prüfen lassen müssen*. Weitere 10% wussten nicht, ob dies stimme oder nicht. Jede vierte befragte Person war nicht richtig darüber informiert, dass der Berufszugang im Journalismus frei ist und der Staat nicht prüfen und entscheiden darf, ob jemand diesen Beruf ausüben kann. Mehr als jede fünfte Person konnte die grundrechtlich definierte Ausgangslage journalistischen Arbeitens in Deutschland nicht korrekt erfassen.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Viehmann2023

## Desinformationen

Eine Mehrheit der Deutschen glaubt das Desinformationen die Demokratie gefährden, und erwartet vom ÖRR ihnen bei der Unterscheidung von echten und falschen Informationen zu helfen.<sup>79</sup> Dank seiner besonderen gesellschaftlichen Rolle und den umfangreichen Ressourcen ist der ÖRR besonders geeignet um Desinformationen zu identifizieren und Ursprung und die Motivation der Verbreitung zu ermitteln.<sup>80</sup> Von einem Fact-Checking Format, das hohes Vertrauen genießt und für große Medienformate sicherstellt, dass sie auf ihren Wahrheitsgehalt untersucht werden, könnte die gesamte Gesellschaft und Medienlandschaft profitieren; auch ohne einen Quotenerfolg darzustellen.

## Faktenchecks

Ein Ansatz zur Bekämpfung von Desinformationen konzentriert sich auf das *Faktenchecken* als Verfahren zur Überprüfung der Richtigkeit verschiedener Informationen. Ein Beispiel für *Fact-Check* Sendungen beim ÖRR ist die Sendung *Faktenfuchs* des Bayerischen Rundfunks. Sie behandelt Themen wie Politik, Umwelt, Medizin und gesellschaftliche Fragen. Die Auswahl der überprüften Themen übernimmt die Redaktion selbst. Sie ergibt sich aus aktuellen Themen, Social-Media-Plattformen und deren Kommentarspalten sowie aus Reaktionen auf Beiträge des BR oder der Sendung selbst. Die Sendung versucht möglichst transparent zu sein, etwa indem sie ihre Themenauswahl erläutert.<sup>81</sup> Wie erfolgreich solche Formate tatsächlich sind um MediennutzerInnen, die Desinformationen glauben schenken, von tatsächlichen Fakten zu überzeugen ist allerdings unklar, und die Ergebnisse von Studien die das untersuchen gemischt.<sup>82</sup> Zwar belegen einige Studien, dass Faktenchecks durchaus zu einer Korrektur von Fehlwahrnehmungen führen können, allerdings haben ideologische Einstellungen bei den MediennutzerInnen großen Einfluss darauf, inwieweit Faktenchecks überhaupt helfen können.<sup>83</sup>

---

<sup>79</sup> Hasebrink2025

<sup>80</sup> Sehl2024a

<sup>81</sup> Sehl2024a

<sup>82</sup> Sehl2024a

<sup>83</sup> Nyhan2010

## Social-Media-Plattformen als Bote

Zum Zeitpunkt der Gründung des deutschen ÖRR war die Medienlandschaft wesentlich anders strukturiert: Fernsehen und Radio galten als moderne, weit verbreitete und intensiv genutzte Informationskanäle, während daneben vor allem die Presse in gedruckter Form Nachrichten verbreitete. Im Zuge der Digitalisierung und der Verbreitung des Internets haben sich diese Nutzungsgewohnheiten jedoch grundlegend verändert. Plattformen wie *YouTube*, *Twitter/X*, *Instagram*, *Facebook* oder *Telegram* werden insbesondere von jüngeren Zielgruppen vermehrt als Informationsquelle genutzt.<sup>84</sup> Die algorithmischen Strukturen dieser privatwirtschaftlich betriebenen Social-Media-Plattformen sind dabei in der Regel auf Maximierung von Nutzerinteraktionen ausgerichtet. Diese Optimierung auf Engagement kann polarisierende Effekte verstärken und gesellschaftliche Spaltungstendenzen fördern.<sup>85</sup> Zudem tragen unmoderierte und nicht redaktionell überprüfte Verbreitungskanäle zur Verbreitung von Desinformationen bei.<sup>86</sup>

Aktuell ist der ÖRR darauf angewiesen, seine Inhalte auch über private Social-Media-Plattformen zu verbreiten, um relevante Zielgruppen zu erreichen.<sup>87</sup> Diese Abhängigkeit führt zu einer Verschiebung des medialen Machtgefüges und wirft grundlegende medienpolitische Fragen auf. Einerseits widerspricht diese Praxis dem Auftrag des ÖRR, allen NutzerInnen ein gleichwertiges und unabhängiges Informationsangebot bereitzustellen.<sup>88</sup> Andererseits unterliegen die Inhalte des ÖRR auf diesen Plattformen den algorithmischen Logiken der Betreiber, was Anpassungen der Inhalte an deren Funktionsweise erforderlich macht, um Reichweite zu erzielen.<sup>89</sup> Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass öffentlich-rechtliche Inhalte auf diesen Plattformen aus dem ursprünglichen Kontext gerissen und in manipulativer Absicht falsch dargestellt werden.<sup>90</sup> Somit ist nicht gewährleistet, dass der ÖRR auf diesen Verbreitungswegen seinen gesetzlichen Auftrag in vollem Umfang erfüllen kann.<sup>91</sup>

---

<sup>84</sup> Müller2023

<sup>85</sup> Ovadya2022

<sup>86</sup> Sehl2024a

<sup>87</sup> Eichler2022

<sup>88</sup> Sehl2023a

<sup>89</sup> Eichler2022

<sup>90</sup> Sehl2024a

<sup>91</sup> Sehl2023a

## 7. Designziele

Die Analyse hat eine Reihe von Herausforderungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland aufgezeigt. Sie reichen von einem schwindenden Vertrauen und dem Vorwurf politischer Einflussnahme über eine als mangelhaft empfundene Repräsentation der Gesellschaft bis hin zu einer wahrgenommenen Intransparenz bei der Mittelverwendung und Programmgestaltung. Ein Design, das darauf abzielt, die Beziehung zwischen dem ÖRR und den Beitragszahlenden zu verbessern, muss die identifizierten Kernprobleme adressieren und versuchen, durch gezielte gestalterische Interventionen neue, positive Erfahrungen zu schaffen. Gerade solche wiederholten positiven Erfahrungen haben das Potenzial, verloren gegangenes Medienvertrauen wieder aufzubauen. Es lassen sich drei übergeordnete Hauptziele für die Gestaltung ableiten.

Das erste ist, Vertrauen wiederherzustellen und dem aufkommenden Medienzynismus entgegenzuwirken. Die Recherche hat gezeigt, dass ein signifikanter Teil der Bevölkerung dem ÖRR mit Skepsis begegnet, die sich aus der Wahrnehmung von politischer Nähe und einer generellen Entfremdung von den als *Elite* wahrgenommenen Medienschaffenden speist. Ein Design muss diesem Trend aktiv entgegenwirken, indem es Kritik nicht unterbindet, sondern produktiv kanalisiert. Dies erfordert vor allem, Transparenz zu schaffen. Gestaltung muss Prozesse offenlegen: Welche Quellen wurden genutzt? Wie wird mit Fehlern umgegangen? Ein transparentes Design lädt zur Überprüfung ein. Damit einher geht die Notwendigkeit, Nachvollziehbarkeit zu ermöglichen. Komplexe Sachverhalte müssen so aufbereitet und visualisiert werden, dass sie auch für Laien verständlich sind, ohne sie unzulässig zu vereinfachen. Interaktive Grafiken können hier wirksamer sein als lange Texte. Schließlich muss die Gestaltung einen Dialog auf Augenhöhe fördern. Die Kommunikationskanäle müssen signalisieren, dass Feedback erwünscht ist und ernst genommen wird, indem Barrieren abgebaut und die reine Sender-Empfänger-Logik durchbrochen wird.

Das zweite Hauptziel lautet, Repräsentation und Partizipation zu ermöglichen. Ein zentraler Befund der Arbeit ist die Diskrepanz zwischen der Zusammensetzung der Gesellschaft und ihrer Abbildung in den Kontrollgremien. Diese mangelnde Repräsentation führt potenziell zu einem Programm, das die Interessen und Lebenswelten vieler BürgerInnen nicht trifft. Gleichzeitig fehlen wirksame und zeitgemäße Möglichkeiten zur Mitgestaltung. Das Design muss daher Räume schaffen, in denen die Vielfalt der Gesellschaft sichtbar wird und echte Teilhabe stattfinden kann. Um dies zu erreichen, muss es Teilhabe aktiv gestalten. Die Schnittstellen müssen zur Mitwirkung einladen, indem sie niedrig-

schwellig, verständlich und für alle Bevölkerungsgruppen zugänglich sind. Zudem sollten sie Identifikation ermöglichen. NutzerInnen sollten sich und ihre Lebensrealität im System wiederfinden können, etwa durch Mechanismen, die eine vielfältige Repräsentation sicherstellen. Entscheidend für den Erfolg ist es, die Wirksamkeit der Teilnahme zu kommunizieren. Ein partizipatives Design überzeugt nur, wenn die Teilnehmenden sehen, dass ihre Beteiligung Konsequenzen hat. Dies kann beispielsweise geschehen, indem das Design den Zustand vor einer Entscheidung dem durch die Beteiligung erreichten neuen Zustand gegenüberstellt.

Das dritte Hauptziel ist es, die Intransparenz bei der Mittelverwendung aufzubrechen. Wie in Kapitel 5 dargelegt, ist die konkrete Verwendung der Rundfunkbeiträge schwer nachvollziehbar. Die von den Anstalten bereitgestellten Informationen sind oft schwer zugänglich und in einer Form aufbereitet, die einen sinnvollen Vergleich verhindert - wie etwa die Angabe von *Kosten pro Sendeminute* anstelle von Gesamtbudgets für Programmbereiche. Dies führt zu einer Diskrepanz zwischen den hohen Ausgaben für Sport und Unterhaltung und der tatsächlichen Berichterstattung über Kultur- und Bildungsinhalte, die, wie die Analyse zeigt, teils sogar hinter der der Privatmedien zurückbleibt, obwohl sich eine große Mehrheit der Bevölkerung eine breite Abbildung der deutschen Kultur wünscht. Ein Design sollte die Blackbox der Finanzierung öffnen. Dies kann gelingen, indem es Komplexität reduziert und visualisiert. Anstelle von unübersichtlichen Haushaltstabellen kann intelligente Datenvisualisierung die Finanzströme explorierbar machen. Weiterhin sollte die Gestaltung Relevanz herstellen, indem sie abstrakte Ausgaben an die Lebenswelt der NutzerInnen anknüpft. Der Posten *Kultur* wird greifbar, wenn er in konkrete Projekte oder regionale Veranstaltungen aufgeschlüsselt wird.

Eng mit der Frage der Mittelverwendung verknüpft ist die Stärkung des journalistischen Kernauftrags. In einer Medienlandschaft, in der die Finanzierung von aufwändigem investigativem und lokalem Journalismus durch den Rückgang der Presse zunehmend erodiert, kommt dem ÖRR eine entscheidende Kompensationsfunktion zu. Ein Design zur Priorisierung der Mittel muss daher auch die Frage in den Mittelpunkt stellen, wie Ressourcen gezielt für jene gesellschaftlich relevanten, aber ökonomisch unrentablen Rechercheleistungen eingesetzt werden können, die für die demokratische Kontrolle unerlässlich sind.

Jede der im folgenden Kapitel vorgestellten Design-Lösungen muss sich an diesen Zielen messen lassen.

## 8. Potenzielle Design Lösungen

### 8.1 Community Notes

Die Funktion *Community Notes* wurde im Jahr 2021 von der Plattform *Twitter* unter dem Namen *Birdwatch* entwickelt. Ursprünglich konzipiert als Ergänzung zur professionellen Moderation, stellt sie mittlerweile das zentrale Moderationswerkzeug der Plattform dar. Auch andere Social-Media-Anbieter, wie *Meta*, haben angekündigt, diesen Ansatz zu implementieren, und damit professionelle Fact-Checking-Strukturen zu ersetzen.<sup>92</sup>

*Community Notes* ermöglichen es registrierten NutzerInnen, Beiträge, die sie für potenziell irreführend halten, mit zusätzlichen Notizen zu versehen. Diese Notizen enthalten erklärenden oder korrigierenden Kontext und zitieren idealerweise qualitativ hochwertige Quellen. Bevor eine solche Notiz jedoch öffentlich sichtbar wird, durchläuft sie einen Validierungsprozess, der auf einem Crowdsourcing-Prinzip basiert und algorithmisch unterstützt wird. Andere NutzerInnen bewerten, ob eine Notiz *qualitativ hochwertige Quellen* zitiert, ob sie *hilfreich* ist und ob sie tatsächlich *wichtigen Kontext* enthält.<sup>93</sup>

Der zugrunde liegende Algorithmus verfolgt das Ziel, ideologisch gefärbte Verzerrungen bei der Bewertung der Notizen möglichst zu minimieren. Klassische Ranking-Methoden, etwa nach der Anzahl positiver Bewertungen, sind hierfür ungeeignet, da NutzerInnen häufig entlang politischer oder weltanschaulicher Linien votieren. Stattdessen kommt bei *Community Notes* ein *Bridging-Algorithmus* auf Basis eines Matrix-Faktorisierungsmodells zum Einsatz. Dieses Verfahren identifiziert Polarisierungsebenen innerhalb der Nutzerschaft und ermittelt, welche Notizen von Nutzergruppen, die auf dieser Ebene als neutral klassifiziert wurden, am häufigsten als hilfreich bewertet wurden. Dabei nutzt der Algorithmus aus, dass Menschen insgesamt neben ideologischen Präferenzen auch eine Präferenz für interessante, akkurate, unterhaltsame und hilfreiche Informationen haben.<sup>94</sup> Auf diese Weise können möglichst ausgewogene und gemeinwohlorientierte Inhalte bevorzugt angezeigt werden.<sup>95</sup> Der Quellcode des *Community-Notes-Algorithmus* ist öffentlich einsehbar und wird auf der Plattform GitHub bereitgestellt.<sup>96</sup>

---

<sup>92</sup> *Stafford2025*

<sup>93</sup> *Czopek2023*

<sup>94</sup> *Warden2024*

<sup>95</sup> *Stafford2025*

<sup>96</sup> *twitter*

## Forschungsstand zu Community Notes

Da *Community Notes* bereits existieren gibt es auch Empirische Studien zu ihnen. In einer Untersuchung wurde festgestellt, dass 97 % der *Community Notes* zum Thema COVID-19 von FachexpertInnen als akkurat eingestuft wurden.<sup>97</sup> Weitere Studien belegen eine hohe inhaltliche Übereinstimmung zwischen *Community Notes* und den Bewertungen professioneller Fact-Checking-Organisationen.<sup>98</sup> Darüber hinaus konnte gezeigt werden, dass Beiträge, die mit einer *Community Note* versehen sind, mit signifikant geringerer Wahrscheinlichkeit weiterverbreitet werden: Die Retweet-Rate solcher Beiträge sank um etwa 50 %. Zudem stieg die Wahrscheinlichkeit, dass die ursprünglichen VerfasserInnen einen irreführenden Beitrag löschten, um rund 80 %.<sup>99</sup>

Gleichzeitig wird auf Limitationen hingewiesen. Insbesondere bei aktuellen und sich rasch verbreitenden Informationen erscheinen Community Notes häufig zu spät, um eine unmittelbare Eindämmung von Desinformationen zu gewährleisten. Laut einer Analyse beträgt die durchschnittliche Verzögerung bis zur Veröffentlichung einer Community Note über zwei Tage; in Einzelfällen werden bereits nach rund 90 Minuten erste *Community Notes* sichtbar.<sup>100</sup> Trotz der Wartezeit erkennen Community-Notes-NutzerInnen dennoch schneller als professionelle Fact-Checking-Dienste Falschinformation. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Schnittstellen zwischen Crowdsourcing-Initiativen wie Community Notes und institutionellen Fact-Checking-Organisationen zu entwickeln, um Synergien zu nutzen.<sup>101</sup>

Auch hinsichtlich der politischen Neutralität von Community Notes liegen Forschungsergebnisse vor. Trotz einer tendenziell konservativen Nutzerbasis auf *Twitter/X* wurden in den USA Posts von republikanischen PolitikerInnen häufiger mit Community Notes versehen als demokratische.<sup>102</sup> In Deutschland zeigt sich ein ähnliches Bild: Zwar fügen NutzerInnen vor allem den Beiträgen von PolitikerInnen der Partei Bündnis 90/Die Grünen *Community Notes* hinzu, diese werden vom Algorithmus allerdings nur selten als hilfreich eingestuft und folglich wenig angezeigt. Insgesamt lassen sich keine systematischen politischen

---

<sup>97</sup> Allen2024

<sup>98</sup> Saeed2022

<sup>99</sup> Renault2024

<sup>100</sup> Chuai2024

<sup>101</sup> Saeed2022

<sup>102</sup> Renault2025

Verzerrungen bei den veröffentlichten Notizen nachweisen.<sup>103</sup> Vielmehr wurde in Untersuchungen festgestellt, dass Community Notes das Vertrauen in Fact-Checking auf beiden Seiten des politischen Spektrums deutlich steigern können.<sup>104</sup>

### Überlegungen zur Implementierung im ÖRR

Vor dem Hintergrund der dargestellten Funktionsweise und Forschungsergebnisse stellt sich die Frage, inwieweit ein ähnliches System auch für den ÖRR in Deutschland beziehungsweise in der Europäischen Union nutzbar wäre.

Ein mögliches Anwendungsfeld wäre die Integration eines Community-Notes-Systems in die Mediatheken des ÖRR. Dabei wäre denkbar, dass nicht ganze Beiträge, sondern gezielt einzelne Abschnitte innerhalb von Reportagen, Nachrichtensendungen oder Diskussionsformaten durch NutzerInnen mit Kontext versehen werden könnten. Ein solches Feature könnte insbesondere das Vertrauen von medienkritischen oder skeptischen RezipientInnen stärken, da es Transparenz und Korrekturmöglichkeiten offenlegt. Auch für die redaktionelle Arbeit könnten solche Nutzerhinweise wertvolle Impulse liefern.

Jedoch wäre zu prüfen, ob auf einer eigenen Plattform des ÖRR überhaupt eine ausreichende Datenbasis vorläge, um einen *Bridging-Algorithmus* effektiv einsetzen zu können. Sollte dies nicht der Fall sein, wäre eine hybride Lösung denkbar: Ergänzend zum Community-Feedback könnten professionelle Fact-Checking-Redaktionen des ÖRR eine qualifizierte Bewertung der eingereichten Notizen vornehmen.

Ein weiteres mögliches Einsatzfeld bestünde in der Schaffung eines Tools, mit dem NutzerInnen interessante Inhalte aus dem Internet markieren und an eine Fact-Checking-Redaktion des ÖRR weiterleiten könnten. Um die Relevanz solcher Hinweise zu priorisieren, wäre eine Nutzerabstimmung denkbar, bei der Kriterien wie die *Schwere der Überprüfbarkeit* oder das *mögliche Veränderungspotenzial von Meinungen* berücksichtigt würden. Ziel einer solchen Maßnahme wäre es, nicht nur parteiisch motivierte Inhalte zu überprüfen, sondern vor allem solche, die für eine breite Öffentlichkeit tatsächlich relevant und Meinungsbildend sind.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass derartige eigene Systeme des ÖRR tendenziell vermutlich eher von Personen mit hohem Vertrauen in die Medien genutzt werden. Dennoch könnten diese Instrumente dazu bei-

---

<sup>103</sup> Nenno2025

<sup>104</sup> Drolsbach2024



tragen, vorhandenes Vertrauen zu festigen oder auszubauen, und den Redaktionen gleichzeitig wertvolle Hinweise für ihren Fokus geben.

## 8.2 Eigene Plattformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ein weiteres Anwendungsfeld für den Einsatz der in Kapitel 8.1 beschriebenen *Bridging-Algorithmen* stellt die Verwendung auf eigenen Plattformen des ÖRR dar. Vor dem Hintergrund der in Kapitel 6 beschriebenen Problematik mit der Verbreitung der Inhalte durch private Social-Media-Plattformen erscheint die Entwicklung und der Betrieb eigener Social-Media-Plattformen durch den ÖRR als ein plausibler und medienpolitisch sinnvoller Ansatz. Diese Plattformen könnten entweder von den öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland eigenständig oder zur Bündelung von Ressourcen in Kooperation mit weiteren Public Service Media innerhalb der Europäischen Union betrieben werden.<sup>105</sup> Im Gegensatz zu den *engagement-basierten*, polarisierenden Algorithmen privater Plattformen könnten auf diesen Plattformen *Bridging-Algorithmen* (vgl. Kapitel 8.1) implementiert werden, die eine gemeinwohlorientierte Auswahl und Anzeige von Inhalten gewährleisten. Ergänzend dazu könnte der ÖRR auf diesen Plattformen einen direkten Zugang zu hochwertigen und überprüften Informationsquellen sicherstellen, wodurch das Angebot nicht nur pluralistischer, sondern auch qualitativ hochwertiger gestaltet werden könnte.

## 8.3 Direktmandate im Rundfunkrat

Im Kapitel 3 wurde deutlich, dass das Vertrauen der Bevölkerung in den ÖRR auch davon abhängt, inwieweit dieser als unabhängig von politischen Einflüssen und staatlicher Kontrolle wahrgenommen wird. Gleichzeitig zeigt sich, dass die Zusammensetzung der Rundfunkräte von einem hohen Anteil aktiver PolitikerInnen, sowie von Mitgliedern politischer Parteien geprägt ist. Trotz Reformen besteht eine teils hohe Diskrepanz zwischen der soziodemografischen Struktur der deutschen Gesellschaft und der Zusammensetzung der Rundfunkräte. Dies betrifft Merkmale wie Alter, Geschlecht, kulturellen Hintergrund, berufliche Herkunft und persönliche Lebenssituation. Vor dem Hintergrund dieser Beobachtungen stellt sich die Frage, wie eine stärkere Repräsentativität und Publikumsbeteiligung im Rahmen der Rundfunkgremien gestaltet werden könnte. Ein möglicher Ansatz ist die Einführung eines Systems

---

<sup>105</sup> Sehl2024a

der Direktbestimmung der Rundfunkratsmitglieder durch die Beitragszahlenden. Dabei soll jedoch nicht lediglich eine einfache Wahl der Mitglieder erfolgen, sondern ein differenziertes, individualisiertes Auswahlverfahren, das verschiedene Repräsentationskriterien berücksichtigt.

### **Wahlmechanismen**

Das Modell sieht vor, dass BürgerInnen aktiv an der Besetzung der Rundfunkräte beteiligt werden. Dabei könnten sie im Rahmen eines mehrstufigen Auswahlverfahrens zunächst angeben, welche Art der Repräsentation für sie persönlich Priorität besitzt. Folgende Kriterien wären dabei denkbar: Berufsgruppe (z. B. Angestellte, Selbstständige, Studierende, RentnerInnen), Kulturkreis (z. B. Migrationshintergrund, ethnische Zugehörigkeit), Lebenssituation (z. B. Elternschaft, alleinlebend, ländlicher oder urbaner Wohnort), sexuelle Identität, thematischer Fokus (z. B. Sport, Investigativjournalismus, Unterhaltung, Bildung, Kultur). Zusätzlich könnten soziodemografische Merkmale wie Alter und Geschlecht abgefragt werden.

Basierend auf diesen Angaben würde den BürgerInnen eine Auswahl an KandidatInnen präsentiert, die sich für eine Position im Rundfunkrat beworben haben und deren Profil möglichst gut mit den gewählten Präferenzen übereinstimmt. Die eigentliche Wahlentscheidung erfolgt damit nicht nur nach parteipolitischen oder allgemeinen Überzeugungen, sondern gezielt im Hinblick auf individuelle Repräsentationsvorstellungen.

Eine andere Option wäre es, ähnlich wie es gegenwärtig gehandhabt wird, Organisationen zur Entsendung eines Repräsentanten zu ermächtigen. Aber im Gegensatz zum aktuellen System wären die entsendenden Organisationen dann tatsächlich von den BürgerInnen legitimiert und hoffentlich repräsentativer. Ebenfalls denkbar wäre, das aktuelle System so zu ergänzen, dass keine falsche Repräsentation durch wenige sehr engagierte Bevölkerungsteile entsteht. Der Anteil, der Organisationen persönlich ermächtigt hat, wird von diesen repräsentiert, während die Teilnahmslosen und Uninteressierten weiterhin von der Politik bestimmt werden.

### **Potenziale und Herausforderungen**

Ein solches Verfahren könnte einen Beitrag zur Stärkung des gesellschaftlichen Rückhalts für den ÖRR leisten. Die Möglichkeit zur individualisierten Mitbestimmung würde das Gefühl der Teilhabe und Verantwortung bei den Beitragszahlenden fördern und die Legitimation der Rundfunkräte erhöhen. Darüber hinaus könnte durch die gezielte Abfrage von Repräsentationspräferenzen eine größere Vielfalt innerhalb

der Gremien sichergestellt werden, was potenziell zu ausgewogeneren und gemeinwohlorientierteren Entscheidungen beitragen könnte.

Besonders in Anbetracht sinkenden Medienvertrauens und zunehmendem Medienzynismus wäre ein transparenter, öffentlich nachvollziehbarer Besetzungsprozess ein wichtiges Signal. Er könnte dazu beitragen, die Wahrnehmung des ÖRR als politisch unabhängig und bürgernah zu stärken.

Mit der vorgeschlagenen Direktbestimmung wären erhebliche Herausforderungen verbunden. Ein solches Verfahren ist organisatorisch komplex. Zusätzlich besteht die Gefahr einer Verzerrung durch ungleiche Beteiligung. Politisch mobilisierte Bevölkerungsgruppen, solche mit eigener Agenda, größerem politischem Interesse oder stärkerer digitaler Affinität könnten überproportional Einfluss auf die Zusammensetzung der Gremien nehmen, während weniger aktive oder digital weniger präsente Gruppen unterrepräsentiert bleiben. Dies könnte der angestrebten Repräsentativität entgegenwirken.

Drittens müssten die rechtlichen Rahmenbedingungen beachtet werden. Die Zusammensetzung der Rundfunkräte ist durch den Rundfunkstaatsvertrag und die Landesstaatsverträge festgelegt. Eine Änderung der Wahlprozesse würde politische und juristische Reformen voraussetzen.

## **8.4 Monetäre Priorisierung der Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch publikumsgestützte Gewichtung**

Der Auftrag des ÖRR umfasst die Versorgung der Bevölkerung mit einem vielfältigen Angebot, darunter auch Sport und Unterhaltung. Ein bedeutender Teil der finanziellen Mittel des ÖRR wird für Unterhaltungs- und Sportformate aufgewendet. Parallel dazu legen verschiedene Studien nahe, dass ein signifikanter Teil der Bevölkerung ein besonderes Interesse an Inhalten wie Lokaljournalismus, investigativem Journalismus, Dokumentationen, Bildung und neutraler Information hat (vgl. Kapitel 3). Vor diesem Hintergrund entsteht Unklarheit darüber, ob eine Diskrepanz zwischen der tatsächlichen Mittelverwendung und den in der Bevölkerung bestehenden inhaltlichen Prioritäten besteht.

Als Designlösung wird vor diesem Hintergrund eine Plattform vorgeschlagen, die es BürgerInnen ermöglicht, sich aktiv mit der Mittelverteilung des ÖRR auseinanderzusetzen und eigene Präferenzen zu artikulieren. Konkret könnte die Plattform transparent machen, welche finanziellen Ressourcen aktuell auf welche Themenbereiche entfallen, und

andererseits die Möglichkeit bieten, eine individuelle Priorisierung der Mittelverwendung vorzunehmen. NutzerInnen könnten dabei innerhalb eines vordefinierten Sets von Kategorien angeben, welche Themen sie persönlich für besonders förderungswürdig halten. Als Kategorien würden bewusst übergreifende und gesellschaftlich breit akzeptierte Themenbereiche vorgeschlagen, etwa *Lokaljournalismus*, *Investativjournalismus*, *EU-Berichterstattung*, *Dokumentationen*, *Bildung*, *Kultur*, *Spielfilme*, *Hörspiele*, *Politik*, *Gesellschaft* und *Sport*. Die Auswahl dieser Kategorien erfolgt mit dem Ziel, parteipolitische und ideologische Verzerrungen zu minimieren. Denkbar ist auch, den Nutzer als direktes Feedback auf seine Änderungen über deren Konsequenzen zu informieren. Beispielsweise „Für diesen Betrag können wir alle WM-Spiele der deutschen Nationalelf zeigen“, „Durch die Reduktion dieses Betrags würden die Sendungen Rote Rosen und Notruf Hafenkante verschwinden“, oder „durch eine Erhöhung des Beitrags auf diese Höhe könnte zukünftig eine zuverlässige Berichterstattung über die Probleme der BürgerInnen in ihrer Region erfolgen“.

Die Plattform würde primär als Feedback- und Beteiligungsinstrument genutzt werden, das sowohl den ÖRR selbst, aber auch die Öffentlichkeit über Präferenzen und Diskrepanzen informiert. Durch die Gegenüberstellung der eigenen Priorisierung mit der aktuellen Mittelverwendung und den aggregierten Daten anderer Nutzer könnte ein reflektierter Umgang mit dem Thema Rundfunkfinanzierung gefördert werden.

Ein solches System birgt verschiedene Potenziale. Zum einen könnte es die Transparenz der Mittelverwendung erhöhen und damit zu höherem Medienvertrauen beitragen. Indem nachvollziehbar gemacht wird, wie finanzielle Ressourcen innerhalb des ÖRR verteilt werden, würde das System an Transparenz gewinnen. Zum anderen könnte die Möglichkeit zur eigenen Priorisierung ein Gefühl der Mitverantwortung und Mitgestaltung bei den Beitragszahlenden stärken. Die Ergebnisse der aggregierten Priorisierungen könnten langfristig als Indikator dafür dienen, welche Inhalte und Themen von der Bevölkerung als besonders relevant erachtet werden, und auf diese Weise Impulse für strategische Entscheidungen innerhalb des ÖRR geben.

Gleichzeitig sind jedoch auch Herausforderungen zu berücksichtigen. Es besteht das Risiko einer ungleichmäßigen Beteiligung: Bevölkerungsgruppen mit individuellem Bildungsstand, individuellem politischen Interesse oder stärkerer digitaler Affinität könnten überproportional Einfluss auf die aggregierten Ergebnisse nehmen, während andere Gruppen unterrepräsentiert bleiben. Die Reduktion komplexer inhaltlicher und qualitativer Fragen auf pauschale Themenkategorien stellt eine große Übersimplifizierung tatsächlicher Zusammenhänge dar.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass eine Plattform zur publikumsgestützten Priorisierung der Mittelverwendung des ÖRR ein innovativer und gesellschaftlich relevanter Ansatz sein könnte, um Transparenz und Beteiligung im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Medienordnung zu fördern. Auch wenn eine direkte Umsetzung im Sinne einer verbindlichen Umverteilung rechtlich gar nicht möglich ist, könnte ein solches System mittelfristig zur stärkeren Ausrichtung des ÖRR am Gemeinwohl beitragen und das Vertrauen der Bevölkerung in dessen Arbeit stärken.

## 8.5 Der Bonuseuro

Das Konzept des sogenannten Bonuseuros böte eine simplere, spielerischere Möglichkeit, die Beitragszahlenden direkt einzubinden: Ein fester Euro des Rundfunkbeitrags könnte von jeder zahlenden Person individuell einer beliebigen Redaktion des ÖRR zugewiesen werden.

Der Bonuseuro stärkt dann nicht einzelne Sendungen, sondern ganze Redaktionen. Alle Redaktionen innerhalb des ÖRR sind gleichberechtigt Bonuseuro-berechtigt. Die Beiträge fließen ohne Sendungsbindung in das allgemeine Budget der jeweiligen Redaktion, wodurch sie flexibel zur Programmgestaltung eingesetzt werden können. NutzerInnen können ihren Bonuseuro einmal pro Jahr neu vergeben, ihn aber auch über Jahre hinweg ansparen und später gezielt einsetzen. Nicht vergebene Bonuseuros werden automatisch dem regulären ÖRR-Haushalt zugeführt.

Ziel ist es, Publikumsinteressen sichtbar und wirksam zu machen, ohne die Grundstruktur des ÖRR zu verändern. Über eine zentrale digitale Plattform können Beitragszahlende ihre Entscheidung treffen. Gleichzeitig wird dort öffentlich angezeigt, welche Redaktionen wie viele Bonuseuros erhalten haben. Die Teilnahme ist ausschließlich für registrierte Beitragszahlende möglich, was Manipulationen vorbeugt.

Der Bonuseuro schafft einen Anreiz für Redaktionen, besonders publikumsgerechtes und qualitativ hochwertiges Programm zu gestalten, ohne dabei auf Sensations- oder Massenwirksamkeit setzen zu müssen. Da alle Inhalte weiterhin den gesetzlichen Vorgaben und dem journalistischen Auftrag des ÖRR unterliegen, besteht kaum Risiko, dass problematische Inhalte gefördert würden.

Zusätzlich zu einer positiven Zuweisung können NutzerInnen ihren Bonuseuro auch aktiv einer Redaktion entziehen, indem sie ihn von dort abziehen und einer anderen zuweisen. Dadurch entsteht ein zusätzlicher Mechanismus, um Unzufriedenheit zu äußern und Veränderungen anzustoßen.

Der Bonuseuro verbindet Individualentscheidung mit kollektiver Wirkung: Einzelne können gezielt Signale setzen, während das System als Ganzes weiterhin auf Stabilität und Gemeinwohlorientierung ausgelegt bleibt. Auch wenn der Einfluss auf die Gesamtfinanzierung des ÖRR begrenzt ist, könnte dieses Modell das Gefühl der Mitbestimmung stärken und das Medienvertrauen erhöhen.

Das größte Risiko wäre vermutlich Aktionismus von einzelnen politischen Gruppen. Diese könnten zum Beispiel der positiven Berichterstattung einer Redaktion kritisch gegenüberstehen und öffentlichkeitswirksam dazu aufrufen einzelnen Redaktionen den *Bonuseuro* zu entziehen. Ein weiteres Problem könnte der Anreiz für Redaktionen sein sich an Nischen zu bedienen um eine kleine scharf definierte Zielgruppe von sich zu begeistern. Im Gegensatz dazu gilt ja für den ÖRR der Auftrag ein Programm für Alle zu produzieren.

## 8.6 ÖRR Transparency Shazam

Das Konzept "ÖRR Transparency Shazam" beschreibt eine mobile App, die mittels Erkennungstechnologie die aktuell laufende Sendung identifiziert und als Schlüssel zu relevanten Daten fungiert. Der Kerngedanke ist die Überwindung der Informationsasymmetrie in Echtzeit. Damit ist das Wissensgefälle gemeint, das zwischen dem Sender, der alle Hintergründe kennt, und dem Publikum, das nur das fertige Produkt sieht, besteht. Die App gleicht dieses Gefälle aus, indem sie Daten wie die verantwortliche Redaktion, Programmkosten, journalistische Quellen und Informationen über die Sendung im Kontext des Auftrags des ÖRR anzeigt. Eine solche Transparenz könnte wertvolle Impulse für die Reformdebatte des ÖRR liefern und die Öffentlichkeit mit ihren Ideen einbeziehen. So könnten die bisher von einem beschränkten Personenkreis diskutierten Reformbestrebungen auf ein breiteres Potenzial an „Denkkraft“ zurückgreifen.

Eine mögliche Erweiterung wäre die Verknüpfung dieser Idee mit dem Community-Notes-System. Dadurch könnten Nutzer live kontextualisierende Anmerkungen zu konkreten Aussagen oder Szenen hinzufügen.

Die Umsetzung eines solchen Systems wäre jedoch anspruchsvoll. Es würde eine technische Infrastruktur zur Sendungserkennung, eine umfassende Datengrundlage und eine neue Kultur der Transparenz innerhalb des ÖRR voraussetzen.

Trotz dieser Herausforderungen verkörpert der "ÖRR Transparency Shazam" die Idee einer bürgernahen und rechenschaftspflichtigen Medieninstitution. Er bietet ein Werkzeug, das die passive Rezeption in eine aktive, kritische und kollaborative Teilhabe verwandeln kann.

## 9. Fazit

Die vorliegende Arbeit hat die komplexe und widersprüchliche Beziehung zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der deutschen Gesellschaft beleuchtet. Die Analyse zeichnet das Bild einer Institution, die zwar nach wie vor als vertrauenswürdige Medienorganisation in Deutschland gilt, deren Fundament jedoch durch sinkendes Vertrauen, steigenden Medienzynismus und eine wachsende Distanz zu einem wachsenden Teil der Bevölkerung erodiert.

Es wurde deutlich, dass die Ursachen für diese Entwicklung vielschichtig sind. Ein zentrales Problem stellt die Zusammensetzung der Rundfunkräte dar, deren mangelnde Repräsentativität und übermäßige Besetzung mit PolitikerInnen die demokratische Legitimation des Kontrollsystems infrage stellt, während die direkten Einflussmöglichkeiten für das Publikum marginal und kaum sichtbar sind.

Ein weiteres Thema ist die Verwendung der finanziellen Mittel und die Transparenz hierzu. Es steht die Möglichkeit im Raum, dass Lokaljournalismus, Bildung und die Einordnung von Fakten anstelle von Unterhaltungsfilmen und Sportereignissen von den BürgerInnen finanziell anders gewichtet würden, als der ÖRR es gegenwärtig tut. Das ist vor allem spannend, weil der ÖRR sich bei der Themensetzung mitunter kaum von Privatmedien unterscheidet.

In den Bestrebungen, für alle Zielgruppen erreichbar zu bleiben, ist der ÖRR zudem auf die Algorithmen kommerzieller Social-Media-Plattformen angewiesen. Im Vergleich zur Entstehungszeit des dualen Mediensystem hat sich das Machtgefüge verändert, und der ÖRR wird in der Erfüllung seines Auftrags auf mehrere Arten behindert.

Auf der Suche nach gestalterischen Antworten auf diese Problemlagen wurden verschiedene Lösungsansätze entwickelt. Dabei wurde klar, dass systemische Probleme wie die Besetzung der Rundfunkräte nicht allein durch Design gelöst werden können, wenngleich gestalterische Interventionen zur Schaffung von Transparenz hier wichtige Impulse setzen könnten. Und während die Idee einer öffentlich-rechtlicher Social-Media-Plattform mit *Bridging-Algorithmus* aus gesellschaftlicher und Medienpolitischer Sicht sehr spannend ist, bieten sich aus gestalterischer Sicht wenig konkrete Ansatzpunkte, da ihr Kern in der unsichtbaren algorithmischen Logik liegt.

Das Konzept *Bonuseuro* ist zwar spielerisch und einfach zu Nutzen, bietet aber zu viele Risiken für den Auftrag des ÖRR.

Als besonders vielversprechend für eine aktive gestalterische Auseinandersetzung haben sich daher die Konzepte der monetären Priorisierung und der Community Notes herauskristallisiert. Beide Ansätze bieten ein hohes Potenzial für eine visuell und interaktiv anspruchsvolle Gestal-

tung, die die Design-Ziele der Transparenz, Partizipation und Nachvollziehbarkeit direkt adressiert. Sie werden daher als komplementäre und gleichermaßen relevante Lösungswege für eine Design-Thesis erachtet, da sie unterschiedliche, aber zentrale Facetten des Problems bearbeiten. Die monetäre Priorisierung fordert das Übersetzen von Finanzdaten in eine visuelle und interaktive Benutzeroberfläche und bietet dadurch gestalterisches Potenzial. Die Aufgabe, neun Milliarden Euro an Beiträgen visuell greifbar zu machen und den Nutzern ein Werkzeug zur spielerischen Priorisierung an die Hand zu geben, eröffnet ein reiches Feld für innovative Datenvisualisierung und Interaction Design. Darüber hinaus ist greifbar, dass diese Lösung den ÖRR tatsächlich verbessern kann ohne seinen Auftrag zu gefährden.

Parallel dazu adressieren Community Notes die relevante Fakten- und Wahrheitsebene und schaffen eine größere Symmetrie im Zuschauer-Medien-Gefüge. Sie bieten die Option, Medieninhalte zu korrigieren und könnten das Vertrauen in den ÖRR durch die Möglichkeit zur Teilhabe und Überprüfung steigern. Die gestalterische Herausforderung liegt hier einerseits darin, eine vertrauenswürdige und intuitive Schnittstelle zu schaffen, die es Nutzern erlaubt, fundierten Kontext zu liefern, andererseits darin, den Medienkonsum selbst nicht zu stören, auch wenn es Community Notes entlang der Zeitachse eines Beitrags gibt.

Die Auswertung des Tools böte dem ÖRR die Möglichkeit zu erfahren, welche Themenfelder im aktuellen medialen Kontext besonders relevant sind und mit redaktionellen Kapazitäten bedacht werden sollten.

Die Implementierung solcher Werkzeuge wäre sicherlich kein Allheilmittel für die strukturellen Probleme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Sie können aber bürgernahe Impulse liefern, um die notwendige Reformdebatte zu öffnen, Vertrauen durch Transparenz und Teilhabe neu aufzubauen und die Legitimität des ÖRR im digitalen Zeitalter zu stärken.



# Literatur

## Allen2024

ALLEN, MATTHEW R. / DESAI, NIMIT / NAMAZI, AIDEN / LEAS, ERIC / DREDZE, MARK / SMITH, DAVEY M. / AYERS, JOHN W.  
**CHARACTERISTICS OF X (FORMERLY TWITTER) COMMUNITY NOTES ADDRESSING COVID-19 VACCINE MISINFORMATION**  
2024-05  
JAMA , VOL. 331, NO. 19  
AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION (AMA)  
P. 1670

## ARD

**DIE AUFTEILUNG IHRES RUNDFUNKBEITRAGS 2022/2023**  
[HTTPS://WWW.ARD.DE/DIE-ARD/VERWENDUNG-DES-RUNDFUNKBEITRAGS-104.PDF](https://www.ard.de/die-ard/verwendung-des-rundfunkbeitrags-104.pdf)  
ABGERUFEN AM 2025-07-11

## ARD2024a

**IHRE KONTAKTMÖGLICHKEITEN**  
2024  
[HTTPS://WWW.ARD.DE/DIE-ARD/PRESSE-UND-KONTAKT/IHRE-KONTAKTMOEG-  
LICHKEITEN-100/](https://www.ard.de/die-ard/presse-und-kontakt/ihre-kontaktmoeglichkeiten-100/)  
ABGERUFEN AM 2025-07-06

## ARDa

**SENDEPLATZPROFILE UND MINUTENPREISE IM ERSTEN**  
2023  
[HTTPS://WWW.DASERSTE.DE/SPECIALS/UEBER-UNS/UEBER-UNS-SENDEPLATZ-  
PROFILE102.HTML](https://www.daserste.de/specials/ueber-uns/ueber-uns-sendeplatz-profile102.html)  
ABGERUFEN AM 2025-07-13

## Binkert2024

BINKERT, HERMANN  
**WIE DIE DEUTSCHEN TICKEN: NUR JEDER DRITTE UNTER 30 VERTRAUT  
ARD UND ZDF,**  
JOURNALISTISCHER DISKUSSIONSBEITRAG  
2024  
[HTTPS://WWW.THEEUROPEAN.DE/WISSENSCHAFT/UMFRAGE-NUR-JEDER-DRIT-  
TE-UNTER-30-VERTRAUT-ARD-UND-ZDF](https://www.theeuropean.de/wissenschaft/umfrage-nur-jeder-dritte-unter-30-vertraut-ard-und-zdf)  
ABGERUFEN AM 2025-07-02

## Bovermann2024

MARC BOVERMANN/ SAMUEL STOWASSER  
**ÖFFENTLICH-RECHTLICHER (G)RUNDFUNK?**  
2024-06  
FRONT MATTER  
DOI: 10.59704/98F2F780540F5E17

## Bundesinnenministerium

BUNDESINNENMINISTERIUM  
**LEXIKON**  
[HTTPS://WWW.BMI.BUND.DE/DE/SERVICE/LEXIKON/FUNCTIONS/BMI-LEXI-  
KON.HTML?LV2=9391106&LV3=9398092](https://www.bmi.bund.de/de/service/lexikon/functions/bmi-lexikon.html?lv2=9391106&lv3=9398092)  
ABGERUFEN AM 2025-07-08

## Bundesverfassungsgericht2008

BUNDESVERFASSUNGSGERICHT  
**1 BVR 1602/07**  
URTEIL  
2008-02

## Chuai2024

CHUAI, YUWEI / TIAN, HAOYE / PRÄLLOCHS, NICOLAS / LENZINI, GABRIELE  
**DID THE ROLL-OUT OF COMMUNITY NOTES REDUCE ENGAGEMENT WITH MISINFORMATION ON X/TWITTER?**

2024-11

PROCEEDINGS OF THE ACM ON HUMAN-COMPUTER INTERACTIONÂ , VOL. 8,

NO. CSCW2

ASSOCIATION FOR COMPUTING MACHINERY (ACM)

P. 1-52

## Czopek2023

CZOPEK, MADISON

**WHY COMMUNITY NOTES MOSTLY FAILS TO COMBAT MISINFORMATION**

2023

[HTTPS://WWW.POYNTER.ORG/FACT-CHECKING/2023/WHY-TWITTERS-COMMUNITY-NOTES-FEATURE-MOSTLY-FAILS-TO-COMBAT-MISINFORMATION/](https://www.poynter.org/fact-checking/2023/why-twitthers-community-notes-feature-mostly-fails-to-combat-misinformation/)

ABGERUFEN: 2025-07-09

## Deutschlandfunk2024

DEUTSCHLANDFUNK

**WIE WAHRSCHEINLICH IST EINE ERHÖHUNG DES RUNDFUNKBEITRAGS?**

JOURNALISTISCHER BEITRAG, 2024

[HTTPS://WWW.DEUTSCHLANDFUNK.DE/ERHOEHUNG-DES-RUNDFUNKBEITRAGS-DER-DRUCK-IST-RELATIV-GROSS-100.HTML](https://www.deutschlandfunk.de/erhoehung-des-rundfunkbeitrags-der-druck-ist-relativ-gross-100.html)

ABGERUFEN: 2025-07-08

## Dimap2025

DIMAP, INFRATEST

**GLAUBWÜRDIGKEIT DER MEDIEN**

EINE REPRÄSENTATIVE UMFRAGE IM AUFTRAG DES WESTDEUTSCHEN RUNDFUNKS

2025

[HTTPS://PRESSE.WDR.DE/PLOUNGE/WDR/PROGRAMM/2025/05/\\_PDF/STUDIE\\_GLAUBWUERDIGKEIT\\_MEDIEN\\_2025.PDF](https://presse.wdr.de/plounge/wdr/programm/2025/05/_pdf/studie_glaubwuerdigkeit_medien_2025.pdf)

## Doerting2009

DÖRTING, THORSTEN

**DAS ZDF GEHÖRT NICHT DER CDU**

JOURNALISTISCHER BEITRAG

2009

[HTTPS://WWW.SPIEGEL.DE/KULTUR/GESELLSCHAFT/MOBINGVORWURF-GEGEN-ROLAND-KOCH-DAS-ZDF-GEHOERT-NICHT-DER-CDU-A-610051.HTML](https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/mobbingvorwurf-gegen-roland-koch-das-zdf-gehört-nicht-der-cdu-a-610051.html)

ABGERUFEN: 2025-07-08

## Drepper2023

DREPPER, DANIEL

**MEHR RECHERCHE IM RUNDFUNK - JETZT!**

2023

MEINUNGSBEITRAG IN JOURNALISMUSMAGAZIN JOURNALIST

[HTTPS://WWW.JOURNALIST.DE/MEINUNG/MEINUNGEN-DETAIL/MEHR-RECHERCHE-IM-RUNDFUNK-JETZT/](https://www.journalist.de/meinung/meinungen-detail/mehr-recherche-im-rundfunk-jetzt/)

ABGERUFEN: 2025-07-11

## Drolsbach2024

DROLSBACH, CHIARA PATRICIA / SOLOVEV, KIRILL / PRÖLLOCHS, NICOLAS

**COMMUNITY NOTES INCREASE TRUST IN FACT-CHECKING ON SOCIAL MEDIA**

2024-05

PNAS NEXUSÂ , VOL. 3, NO. 7

OXFORD UNIVERSITY PRESS (OUP)

DOI: 10.1093/PNASNEXUS/PGAE217

## Eichler2022

HENNING EICHLER

**JOURNALISMUS IN SOZIALEN NETZWERKEN - ARD UND ZDF IM BANN DER ALGORITHMEN?**

2022

## Ehrenberg2021

MARKUS EHRENBURG

### **UMBAUPLÄNE FÜRS ARD-PROGRAMM: DIE DNA DES ERSTEN**

JOURNALISTISCHER BEITRAG IM *TAGESSPIEGEL* 2023

ABGERUFEN: 2025-07-08

TAGESSPIEGEL.DE/GESELLSCHAFT/MEDIEN/DIE-DNA-DES-ERSTEN-5112736.HTML

## Fawzi2025

FAWZI, N. / ZIEGELE, M. / SCHULTZ, T. / JACKOB, N. / JAKOBS, I. / VIEHMANN, C. / QUIRING, O. / SCHEMER, C. / STEGMANN, D.

### **STABILES MEDIENVERTRAUEN AUCH IN ZEITEN POLITISCHER UMBRÜCHE**

MAINZER LANGZEITSTUDIE MEDIENVERTRAUEN 2024

2025

## Fittkau2015

FITTKAU, LUDGER

### **EIN GUTER TAG FÜR KRITISCHEN JOURNALISMUS**

JOURNALISTISCHER BEITRAG FÜR *DEUTSCHLANDFUNK*

2015

DEUTSCHLANDFUNKKULTUR.DE/NEUER-ZDF-STAATSVERTRAG-EIN-GUTER-TAG-FUER-KRITISCHEN-100.HTML#:~:TEXT=EIN%20GUTER%20TAG%20F%C3%BCR%20KRITISCHEN%20JOURNALISMUS,-

EIN%20TECHNIKER%20VOR&TEXT=DIE%20POLITIK%20VERLIERT%20DEN%20EINFLUSS,DER%20KORRESPONDENT%20VOM%20DEUTSCHLANDRADIO%20KULTUR.

ABGERUFEN: 2025-07-11

## Frank2020

FRANK, BENEDIKT

### **RUNDFUNKRECHT - ALEXA, RICHTE DICH NACH DIESEN REGELN!**

JOURNALISTISCHER BEITRAG FÜR SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

2020

SUEDDEUTSCHE.DE/MEDIEN/MEDIENSTAATSVERTRAG-RUNDFUNKSTAATSVERTRAG-NEU-REGELN-1.5108215

ABGERUFEN: 2025-05-14

## Fries2022

STEFAN FRIES / PIA BEHME

### **VERLAGE VS. ÖFFENTLICH-RECHTLICHE - DER LANGE STREIT UM DIE PRESSEÄHNLICHKEIT**

JOURNALISTISCHER BEITRAG FÜR *DEUTSCHLANDFUNK*

2022

DEUTSCHLANDFUNK.DE/STREIT-UM-PRESSEAEHNLICHKEIT-100.HTML

ABGERUFEN: 2025-05-14

## Froehlich2020

PAULINA FRÖHLICH, JOHANNES HILLJE

### **DIE TALKSHOW GESELLSCHAFT**

2020

## GespraechmitDirkOliverHeckmann2010

UWE KAMMANN IM GESPRÄCH MIT DIRK-OLIVER HECKMANN, UWE KAMMANN

### **ES WAR EIN KLARES MACHTEXEMPEL**

GESPRÄCH IM *DEUTSCHLANDFUNK*

2010

DEUTSCHLANDFUNK.DE/ES-WAR-EIN-KLARES-MACHTEXEMPEL-100.HTML

ABGERUFEN: 2025-07-08

## Goldmann2022

GOLDMANN, FABIAN

### **WEN VERTRETEN EIGENTLICH DIE RUNDFUNKKRÄTE VON ARD UND ZDF? GASTBEITRAG IM MEDIENMAGAZIN ÜBERMEDIEN**

2022

UEBERMEDIEN.DE/74777/WEN-VERTRETEN-EIGENTLICH-DIE-RUNDFUNKKRAETE-VON-ARD-UND-ZDF/#

ABGERUFEN: 2025-07-08

## Goldmann2022a

GOLDMANN, FABIAN  
**WELCHE GESELLSCHAFTSOLL DAS ABBILDEN?**  
2022

#### Hasebrink2025

JAN-HINRIK SCHMIDT / DIETER STORLL / UWE HASEBRINK  
**MP 06/2025: DER BILDUNGSauftrag DES ZDF AUS DER SICHT DER BEVÖLKERUNG**  
2025

#### Hoffmann2016

HOFFMANN, DAGMAR  
**BILDUNGSauftrag UND INFORMATIONSPflicht DER MEDIEN**  
BEITRAG FÜR *BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG*  
2016  
BPB.DE/THEMEN/MEDIEN-JOURNALISMUS/MEDIENPOLITIK/237014/BILDUNGSauftrag-UND-INFORMATIONSPflicht-DER-MEDIEN/#NODE-CONTENT-TITLE-1  
ABGERUFEN: 2025-05-14

#### Huber2012

JOACHIM HUBER  
**MEDIENPOLITIK BEIM ZDF: DER FALL BRENDER: SCHWARZ SCHLÄGT ROT**  
JOURNALISTISCHER BEITRAG FÜR *TAGESSPIEGEL*  
2012  
TAGESSPIEGEL.DE/GESELLSCHAFT/MEDIEN/DER-FALL-BRENDER-SCHWARZ-SCHLAGT-ROT-6985288.HTML  
ABGERUFEN: 2025-07-08

#### Kulturrat2024

DEUTSCHER KULTURRAT  
**KULTURELLE VIELFALT IM ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN RUNDFUNK STÄRKEN STATT EINSCHRÄNKEN!**  
2024  
KULTURRAT.DE/POSITIONEN/KULTURELLE-VIELFALT-IM-OEFFENTLICH-RECHTLICHEN-RUNDFUNK-STAEERKEN-STATT-EINSCHRAEENKEN/  
ABGERUFEN: 2025-05-15

#### KurzundKnappRedaktion2020

KURZ UND KNAPP  
**ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDFUNK: VON DER GRÜNDUNG DER ARD BIS HEUTE**  
BEITRAG FÜR *BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG*  
2020  
BPB.DE/KURZ-KNAPP/HINTERGRUND-AKTUELL/311191/OEFFENTLICH-RECHTLICHER-RUNDFUNK-VON-DER-GRUENDUNG-DER-ARD-BIS-HEUTE/  
ABGERUFEN: 2025-05-12

#### Leinker2020

LEINKER, TIMM  
**RUNDFUNKBEITRAG: INTENDANTEN, BESCHRÄNKT EUCH!**  
2020-03  
*WIRTSCHAFTSDIENST*, VOL. 100, NO. 3  
WALTER DE GRUYTER GMBH  
P. 154-154  
DOI: 10.1007/S10273-020-2591-9

#### Lilienthal2009

LILIENHAL, VOLKER  
**INTEGRATION ALS PROGRAMMAUFTRAG**  
AUS POLITIK UND ZEITGESCHICHTE: ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDFUNK  
2009

#### Maurer2024

MAURER, MARCUS / KRUSCHINSKI, SIMON / JOST, PABLO  
**FEHLT DA WAS? PERSPEKTIVENVIELFALT IN DEN ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN NACHRICHTENFORMATEN**  
2024-01

#### Medienstaatsvertrag2024

**MEDIENSTAATSVERTRAG**

- 2024  
mediendiversitaet.de  
GOLDMANN, FABIAN  
**VIELFALT IN RUNDFUNKRÄTEN**  
2022
- Monitor2025  
MONITOR, W. D. R.  
**GAZA UND DIE MEDIEN: VERSAGT DER JOURNALISMUS? STUDIOM VIDEOINTERVIEW**  
2025  
YOUTUBE.COM/WATCH?V=P3IYOFGXPI4  
ABGERUFEN: 2025-07-02
- Müller2023  
MÜLLER, THOMAS / KUPFERSCHMITT, THORSTEN  
**ARD/ZDF-MASSENKOMMUNIKATION TRENDS 2023: MEDIENNUTZUNG IM INTERMEDIAVERGLEICH**  
2023  
MEDIA PERSPEKTIVEN
- Nenno2025  
NENNO, SAMI  
**DO COMMUNITY NOTES HAVE A PARTY PREFERENCE?**  
2025  
ZENODO  
DOI: 10.5281/ZENODO.14899291
- Niedermayer2022  
NIEDERMAYER, OSKAR  
**MITGLIEDERENTWICKLUNG DER PARTEIEN**  
BEITRAG FÜR *BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG*  
2022  
BPB.DE/THEMEN/PARTeien/PARTeien-IN-DEUTSCHLAND/ZAHLEN-UND-FAKTEN/138672/MITGLIEDERENTWICKLUNG-DER-PARTeien/  
ABGERUFEN: 2025-07-08
- Nyhan2010  
NYHAN, BRENDAN / REIFLER, JASON  
**WHEN CORRECTIONS FAIL: THE PERSISTENCE OF POLITICAL MISPERCEPTIONS**  
2010  
*POLITICAL BEHAVIOR* , VOL. 32, NO. 2  
SPRINGER SCIENCE AND BUSINESS MEDIA LLC  
P. 303-330
- openPRRedaktion2024  
OPENPR-REDAKTION  
**RUNDFUNKRAT DEFINITION**  
2024  
OPENPR.DE/WIKI/RUNDFUNKRAT  
ABGERUFEN: 2025-07-07
- Ovadya2022  
OVADYA, AVIV  
**BRIDGING-BASED RANKING**  
2022  
BELFERCENTER.ORG/SITES/DEFAULT/FILES/PANTHEON\_FILES/FILES/PUBLICATION/TAPP-AVIV\_BRIDGINGBASEDRANKING\_FINAL\_220518\_0.PDF
- Piepenbrink2009  
PIEPENBRINK, JOHANNES  
**EDITORIAL "AUS POLITIK UND ZEITGESCHICHTE: ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDFUNK "**  
2009
- Renault2024  
RENAULT, THOMAS / AMARILES, DAVID RESTREPO / TROUSSEL, AURORE  
**COLLABORATIVELY ADDING CONTEXT TO SOCIAL MEDIA POSTS REDUCES THE SHARING OF FALSE NEWS**

2024  
DOI: 10.48550/ARXIV.2404.02803

### Renault2025

RENAULT, THOMAS / MOSLEH, MOHSEN / RAND, DAVID G.  
**REPUBLICANS ARE FLAGGED MORE OFTEN THAN DEMOCRATS FOR SHARING MISINFORMATION ON X'S COMMUNITY NOTES**  
2025-06  
PROCEEDINGS OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES, VOL. 122, NO. 25  
DOI: 10.1073/PNAS.2502053122

### Rieg2025

RIEG, TIMO  
**DEMOKRATIEDEFIZIT BEI ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN SENDERN: RUND-FUNKRÄTE UNTER BESCHUSS**  
2025  
TELEPOLIS.DE/FEATURES/DEMOKRATIEDEFIZIT-BEI-OEFFENTLICH-RECHTLICHEN-SENDERN-RUNDFUNKRAETE-UNTER-BESCHUSS-10451408.HTML#  
ABGERUFEN: 2025-07-06

### Robinson2013

ROBINSON, MARK  
**WHY NATIONS FAIL: THE ORIGINS OF POWER, PROSPERITY AND POVERTY. BY DARON ACEMOGLU AND JAMES A. ROBINSON**  
2013  
DEVELOPMENT POLICY REVIEW , VOL. 32, NO. 1  
WILEY  
P. 154-156  
DOI: 10.1111/DPR.12048

### Saeed2022

SAEED, MOHAMMED / TRAUB, NICOLAS / NICOLAS, MAELLE / DEMARTINI, GIAN-LUCA / PAPOTTI, PAOLO  
**CROWDSOURCED FACT-CHECKING AT TWITTER: HOW DOES THE CROWD COMPARE WITH EXPERTS?**  
2022  
PROCEEDINGS OF THE 31ST ACM INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION & KNOWLEDGE MANAGEMENT  
CIKM '22, ACM, P. 1736-1746

### Sehl2023a

SEHL, ANNIKA / EDER, MAXIMILIAN  
**NEWS PERSONALIZATION AND PUBLIC SERVICE MEDIA: THE AUDIENCE PERSPECTIVE IN THREE EUROPEAN COUNTRIES**  
2023  
JOURNALISM AND MEDIA , VOL. 4, NO. 1  
MDPI AG  
P. 322-338

### Sehl2023b

SEHL, ANNIKA  
**PUBLIC SERVICE MEDIA AND PUBLIC FUNDING: A THREE-COUNTRY STUDY OF WILLINGNESS TO PAY VERSUS PERCEIVED DISPENSABILITY**  
2023-01  
EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION , VOL. 38, NO. 6  
SAGE PUBLICATIONS  
P. 608-624

### Sehl2024

SEHL, ANNIKA  
**FUNDING OF PUBLIC SERVICE MEDIA IN GERMANY**  
2024-01  
THE POLITICAL QUARTERLY , VOL. 95, NO. 1

WILEY  
P. 78-85  
DOI: 10.1111/1467-923X.13370

#### Sehl2024a

SEHL, ANNIKA  
**PUBLIC SERVICE MEDIA AS PIVOTAL IN COMBATING MISINFORMATION  
AND DISINFORMATION: PREREQUISITES AND APPROACHES**  
2024-11  
EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATIONÅ , VOL. 39, NO. 6  
SAGE PUBLICATIONS  
P. 582-594  
DOI: 10.1177/02673231241294185

#### Spiegel2009

DER SPIEGEL  
**MERKEL WILL ZDF-CHEFREDAKTEUR BRENDER LOSWERDEN**  
2009  
SPIEGEL.DE/KULTUR/GESELLSCHAFT/OEFFENTLICH-RECHTLICHER-RUNDFUNK-  
MERKEL-WILL-ZDF-CHEFREDAKTEUR-BRENDER-LOSWERDEN-A-610424.HTML  
ABGERUFEN: 2025-07-08

#### Spiegel2015

DER SPIEGEL  
**LÜGENPRESSE IST UNWORT DES JAHRES**  
2015  
SPIEGEL.DE/KULTUR/GESELLSCHAFT/LUEGENPRESSE-IST-UNWORT-DES-JAH-  
RES-A-1012678.HTML  
ABGERUFEN: 2025-07-02

#### Stafford2025

STAFFORD, TOM  
**DO COMMUNITY NOTES WORK?**  
2025  
BLOGS.LSE.AC.UK/IMPACTOFSOCIALSCIENCES/2025/01/14/DO-COMMUNITY-  
NOTES-WORK/  
ABGERUFEN: 2025-07-09

#### Stawowy2025

STAWOWY, PETER  
**IM ÖFFENTLICHEN AUFTRAG. ZUSAMMENSETZUNG UND ARBEITSWEISEN  
DER ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN RUNDFUNKGREMIEN, OBS-ARBEITSPA-  
PIER 76**  
2025  
OTTO BRENNER STIFTUNG

#### Stegmann2024

STEGMANN, DANIEL / STARK, BIRGIT  
**INTEGRATION DURCH REPRÄSENTATION? DIE ROLLE DES ÖFFENTLICH-  
RECHTLICHEN RUNDFUNKS FÜR DEN GESELLSCHAFTLICHEN ZUSAM-  
MENHALT**  
2024  
COMMUNICATIO SOCIALIS , VOL. 57, NO. 2  
NOMOS VERLAG  
P. 144-158  
DOI: 10.5771/0010-3497-2024-2-144

#### Steinbrecher2024

PROF. DR. MICHAEL STEINBRECHER / PROF. DR. GÜNTHER RAGER  
**DIE STUDIE JOURNALISMUS & DEMOKRATIE**  
2024  
WWW.JOURNALISMUSSTUDIE.FB15.TU-DORTMUND.DE/DIE-STUDIE-JOURNALIS-  
MUS-DEMOKRATIE/

#### Sterz2024

STERZ, CHRISTOPH  
**IMMER NOCH VIEL POLITIK IN DEN ZDF-AUFSICHTSGREMIEN**  
JOURNALISTISCHER BEITRAG FÜR DEUTSCHLANDFUNK  
2024  
DEUTSCHLANDFUNK.DE/ZDF-FERNSEHRAT-STAATSFERN-POLITIK-100.HTML  
ABGERUFEN: 2025-05-15

twitter

**COMMUNITY NOTES QUELLCODE**

[HTTPS://GITHUB.COM/TWITTER/COMMUNITYNOTES](https://github.com/twitter/communitynotes)

**Viehmänn2023**

NIKOLAUS VIEHMANN / TANJEV SCHULTZ / ILKA JAKOBS / OLIVER QUIRING /  
CHRISTIAN SCHEMER / MARC ZIEGELE / CHRISTINA VIEHMANN

**MEDIENVERTRAUEN IN DEUTSCHLAND**

2023

**Warden2024**

WARDEN, JONATHAN

**UNDERSTANDING COMMUNITY NOTES AND BRIDGING-BASED RANKING**

2024

[JONATHANWARDEN.COM/UNDERSTANDING-COMMUNITY-NOTES/](https://jonathanwarden.com/understanding-community-notes/)

ABGERUFEN: 2025-07-10

**Wissenschaftliche Dienste2008**

WISSENSCHAFTLICHE DIENSTE, DEUTSCHER BUNDESTAG

**MEINUNGSBILDUNG IN ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN RUNDFUNK- UND FERNSEHANSTALTEN**

2008

[BUNDESTAG.DE/RESOURCE/BLOB/414904/A77C5D25E245B85607E35C743AF-AFC87/WD-10-005-08-PDF-DATA.PDF#](https://bundestag.de/resource/blob/414904/A77C5D25E245B85607E35C743AFAFC87/WD-10-005-08-PDF-DATA.PDF#)

ABGERUFEN: 2025-07-06

**Woodward2020**

WOODWARD, ALEX

**FAKE NEWS: A GUIDE TO TRUMP'S FAVOURITE PHRASE - AND THE DANGERS IT OBSCURES**

JOURNALISTISCHER BEITRAG FÜR INDEPENDENT

2020

[INDEPENDENT.CO.UK/NEWS/WORLD/AMERICAS/US-ELECTION/TRUMP-FAKE-NEWS-COUNTER-HISTORY-B732873.HTML](https://independent.co.uk/news/world/americas/us-election/trump-fake-news-counter-history-b732873.html)

ABGERUFEN: 2025-07-02

**ZDF**

ZDF

**ORGANISATION - VERWALTUNGSRAT**

2024

[ZDF.DE/UNTERNEHMEN/ORGANISATION/GREMIEN/VERWALTUNGSRAT/UEBERSICHT-VERWALTUNGSRAT-100.HTML](https://zdf.de/unternehmen/organisation/gremien/verwaltungsrat/uebersicht-verwaltungsrat-100.html)

ABGERUFEN: 2025-07-08

**ZDF2025**

ZDF

**PROGRAMMBESCHWERDE / EINGABE**

2025

[ZDF.DE/UNTERNEHMEN/ORGANISATION/GREMIEN/FERNSEHRAT/EINGABEN-100.HTML](https://zdf.de/unternehmen/organisation/gremien/fernsehrat/eingaben-100.html)

ABGERUFEN: 2025-07-06



### **Ehrenwörtliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig verfasst und nur die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen habe ich unter Angabe der Quellen kenntlich gemacht. Mit der Ausleihe der Arbeit durch die Bibliothek bin ich einverstanden.

-----  
Ort, Datum und Unterschrift