

BACHELORARBEIT

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

—

vorgelegt am 26. März 2022

Felix Linz

Erstprüferin: Sven Janzen   
Zweitprüfer: Prof. Thomas Görne

—

HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE  
WISSENSCHAFTEN HAMBURG  
Department Medientechnik  
Finkenau 35  
20081 Hamburg

# Zusammenfassung

Die öffentlich-rechtlichen Medien gelten als zentrales Element demokratischer Öffentlichkeit – und stehen zugleich immer häufiger in der Kritik. Diese Arbeit untersucht, ob und wie Beitragszahlende über eine digitale Schnittstelle Einfluss auf inhaltliche Entscheidungen öffentlich-rechtlicher Medien nehmen könnten. Ausgehend von einer kritischen Analyse bestehender Strukturen und deren historischer wie technologischer Genese, werden spekulative Modelle partizipativer Interaktion entwickelt, deren gesellschaftlicher Nutzen und mögliche Risiken im Spannungsfeld zwischen Medienethik, demokratischer Teilhabe und technologischem Wandel reflektiert werden. Ziel ist nicht nur ein gestalterischer Entwurf, sondern auch die Befragung seiner praktischen, politischen und ethischen Realisierbarkeit.

# Abstract

Public service media are considered a core pillar of democratic society—yet they are increasingly facing public criticism. This thesis explores whether and how license fee payers could exert influence on editorial decisions through a digital interface. Starting with a critical analysis of existing governance structures and their historical and technological foundations, speculative models of participatory interaction will be developed. These will be evaluated in light of their democratic potential, ethical implications, and practical feasibility. The project combines design research with media ethics, aiming to not only create a prototype but also reflect on its broader societal and political relevance.

**Inhaltsverzeichnis**

Zusammenfassung ii

Abstract ii

Abkürzungsverzeichnis (bei Bedarf) v

Abbildungsverzeichnis vi

Tabellenverzeichnis (bei Bedarf) vii

Formelverzeichnis (bei Bedarf) viii

1. Einleitung und zentrale Fragestellung i

2. Öffentlich-rechtliche Medien in Deutschland: Struktur, Auftrag und gesellschaftliche Rolle ii

2. Wahrnehmung des ÖRR vii

3. Einflussmöglichkeiten auf den ÖRR xv

4. Rundfunkgebühren xx

5. Desinformationen xxi

7. Potentielle Design Lösungen xxiii

7.1 Community Notes xxiii

7.2 Eigene Plattformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks xxv

7.3 Direktmandate im Rundfunkrat xxvii

Priorisierung von Aufgaben xxviii

Selbst Geld verteilen xxix

Verhassten Sendungen Geld entziehen xxix

Bridging Algorithmus für Bewertungen xxix

Schlüsselrollen selbst wählen xxix

8. Methodisches Vorgehen und gestalterische Haltung xxix

9. Prototypische Entwürfe als Lösungsansätze xxix

10. Gefahren xxix

11. Gesellschaftlicher Nutzen xxx

11.1 Mögliche Langzeitwirkungen und Zukunftsszenarien xxx

Literaturverzeichnis xxxi

Anhang xxxii

Eigenständigkeitserklärung xxxiii

Abkürzungsverzeichnis *(bei Bedarf)*

ÖRR Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

BVerfG Bundesverfassungsgericht

Bei der Gestaltung des Abkürzungsverzeichnisses gilt es zu beachten, dass in der Regel nur solche Abkürzungen angegeben werden, die nicht Teil des üblichen Sprachgebrauchs sind. Abkürzungen wie   
z. B., u. a. oder bzw. gehören nicht in ein Abkürzungsverzeichnis. Ob ein Abkürzungs-, Abbildungs-, Tabellen- oder Formelverzeichnis oder andere Verzeichnisse erforderlich sind, hängt von der Anzahl der aufzulistenden Elemente ab.

Abbildungsverzeichnis

[Abbildung 1: Absatzmarken anzeigen lassen](#bookmark) 1

[Abbildung 2: Aktualisierung der Verzeichnisse](#bookmark1) 2

[Abbildung 3: Silbentrennung](#bookmark2) 2

[Abbildung 4: Abbildungsbeschriftung](#bookmark3) 3

Tabellenverzeichnis *(bei Bedarf)*

[Tabelle 1: Tabellenbeschriftung Quelle: Eigene Darstellung](#bookmark4) 4

Formelverzeichnis *(bei Bedarf)*

[Formel 1: Berechnung der absoluten Summenhäufigkeit bei univariaten Datenanalysen](#bookmark5) 3

# Einleitung und zentrale Fragestellung

* Gibt es bessere Alternativen zur Steuerung öffentlich-rechtlicher Medien und zur Verwendung von Rundfunkbeiträgen in Deutschland?
* Was ist Sinn und Zweck öffentlich-rechtlicher Medien und des Rundfunkbeitrags?
* Welche Themen sind für die Gestaltung von Alternativen entscheidend?

Die öffentlich-rechtlichen Medien in Deutschland stehen unter doppeltem Druck: einerseits durch technologische Umbrüche, andererseits durch eine wachsende gesellschaftliche Skepsis gegenüber ihrem Auftrag, ihrer Struktur und ihrer Repräsentativität. Die Beiträge zur Finanzierung dieser Institutionen sind verpflichtend – die Einflussmöglichkeiten der zahlenden Öffentlichkeit hingegen begrenzt. Gleichzeitig steigt das Bedürfnis nach Sichtbarkeit, Teilhabe und Mitgestaltung medialer Strukturen, die den Anspruch erheben, „für alle“ da zu sein.

Diese Arbeit nimmt ihren Ausgangspunkt in einem demokratischen Spannungsverhältnis: Wie lässt sich ein System gestalten, das sowohl unabhängig als auch rückgebunden an seine Öffentlichkeit agiert? Gibt es realistische Alternativen oder Ergänzungen zur gegenwärtigen Struktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – insbesondere in Bezug auf Transparenz, Legitimation und Partizipation?

Ziel dieser Arbeit ist es, im Rahmen eines spekulativen Designprojekts zu untersuchen, ob und wie eine konkrete, digitale Schnittstelle zwischen Beitragszahler\*innen und den öffentlich-rechtlichen Medien gestaltet werden könnte. Dabei soll Gestaltung nicht als dekorativer Zusatz, sondern als Mittel gesellschaftlicher Erkenntnis und Intervention verstanden werden. Die Arbeit bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Medienethik, öffentlicher Governance, demokratischer Teilhabe und spekulativem Service Design.

Zentrale Leitfrage ist:  
Gibt es bessere oder ergänzende Modelle zur Steuerung öffentlich-rechtlicher Medien und zur Verwendung der Rundfunkbeiträge – und wie könnten diese gestaltet sein?

Zur Beantwortung dieser Frage wird die Arbeit sowohl systemische, historische und technologische Bedingungen analysieren als auch mit prototypischen Entwürfen spekulative Gestaltungsperspektiven aufzeigen.

# 2. Öffentlich-rechtliche Medien in Deutschland: Struktur, Auftrag und gesellschaftliche Rolle

Für die Beantwortung der Kernfrage dieser Arbeit ist es unumgänglich 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 Mitgestaltungmöglichkeit für Beitragszahler\*innen zu entwickeln. Dieses Kapitel dient daher der begrifflichen und strukturellen Grundlegung.

### Gesellschaftliche Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Nach den verheerenden Erfahrungen mit staatlich gelenkter Propaganda im Nationalsozialismus und im Staatssozialismus erschien es besonders zentral, unabhängige Informationen bereitzustellen und eine ausgewogene Ansprache und Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen zu gewährleisten. Die westlichen Alliierten förderten nach 1945 den Aufbau regional verankerter, staatsferner und nicht kommerzieller Rundfunkanstalten in öffentlicher Trägerschaft. Die britische BBC galt als Vorbild, die Stärkung der jungen Demokratie war das Ziel. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist eine zentrale Säule der freien Meinungsbildung in Deutschland.[[1]](#footnote-1) In Deutschland ist der ÖRR eine Sammlung selbstständig agierender Akteure, die nicht nur unabhängig agieren, sondern auch eine wichtige Rolle in der demokratischen Meinungsbildung Deutschlands einnehmen. Er setzt sich in Deutschland zusammen aus den neun Landesrundfunkanstalten der *ARD*, dem *ZDF, ARTE* sowie dem *Deutschlandradio*. Die *Deutsche Welle,* der Auslandsrundfunk Deutschlands, wird zwar auch zum ÖRR gerechnet, finanziert sich allerdings nicht aus dem Rundfunkbeitrag. [[2]](#footnote-2)

Die Aufgaben des ÖRR werden im *Medienstaatsvertrag,* dem Nachfolger des Rundfunkstaatsvertrags, der seit 1991 galt und immer wieder erweitert wurde, seit 2020 geregelt. Die Umbenennung sollte vor allem signalisieren, dass das Gesetz nicht mehr nur für Fernsehen und Radio gilt, sondern auch für alle digitalen Medienanbieter.[[3]](#footnote-3)

Der ÖRR selbst bekommt im *Medienstaatsvertrag* den Auftrag mit seinen Angeboten zum Prozess der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung beizutragen und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Er ist dazu verpflichtet, einen umfassenden Überblick über das Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Die Angebote müssen der *Bildung*, *Information*, *Beratung* und *Unterhaltung* dienen. Darüberhinaus wird Explizit ein besonderer Fokus auf die Kultur erwähnt. Um diesen Auftrag zu erfüllen, haben sich die die öffentlich-rechtlichen Sender an bestimmte Programmgrundsätze halten. So sollten sie Objektivität, Unparteilichkeit, Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit wahren und so einen Beitrag zur Verwirklichung einer freiheitlichen demokratischen Grundordnung leisten.[[4]](#footnote-4) Für den ÖRR gilt ebenfalls das Gebot der „Staatsferne“. Konkret bedeutet das, dass der Staat selbst weder redaktionell tätig werden, noch journalistische Angebote beeinflussen darf. Das beugt einer politischen Vereinnahmung vor und schließt einen „Staatsfunk“ aus. Schließlich ist der Journalismus die*vierte Gewalt* im Staat.[[5]](#footnote-5) Er sollen Judikative, Legislative und Exekutive überwachen und die Menschen über Verfehlungen und Missstände aufklären. Durch das Gebot der „Staatsferne“ soll garantiert werden, dass sowohl antidemokratische als auch demokratische Kräfte den ÖRR nicht für ihren Zwecke missbrauchen können. Um den ÖRR zusätzlich unabhängig von Einschaltquoten, Werbepartnerschaften, kommerziellem Erfolg und guten Beziehungen zu anderen Akteuren zu machen, hat das BVerfG den Gesetzgeber verpflichtet eine bedarfsgerechte eigenständige Finanzierung zu gewährleisten.[[6]](#footnote-6) Der ÖRR wird deshalb nicht mit Steuern, sondern zu 80% aus Rundfunkgebühren finanziert.[[7]](#footnote-7) Werbung darf im ÖRR maximal 20 Minuten am Tag, und gar nicht nach 20 Uhr gesendet werden.[[8]](#footnote-8)

Neben den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten gibt es im Deutschen Mediensystem andere privatwirtschaftlich Agierende Akteure. Sie sind im Unterschied zum ÖRR i. d. R. werbefinanziert und weder an einen bestimmten Auftrag gebunden, noch dem Gemeinwohl verpflichtet. Im *dualen Mediensystem,* sollen sich die privatwirtschaftlichen Medien und der ÖRR gewissermaßen ergänzen. Während die privaten Sender, beziehungsweise inzwischen alle privaten Medien Interessen decken können, mit denen sich ein finanzieller Erfolg erzielen lässt, oder für die Medienkonsumenten bereit sind zu zahlen, ist der ÖRR mit seiner umfassenden Unabhängigkeit theoretisch in der Lage, auch alles was zwar wichtig, aber finanziell wenig erfolgversprechend, oder womöglich im Interessenkonflikt mit den Zielen der Besitzer der privatwirtschaftlichen Medienhäuser stehend ist, in seiner Berichterstattung zu behandeln.[[9]](#footnote-9)

Bemerkenswert ist auch, dass die Auswahl an Formaten, die dem ÖRR zur Erfüllung ihres Auftrags zur Verfügung stehen, auf *Telemedien* oder *Telemedienähnliche,* also Formate die im Schwerpunkt mittels Bewegtbild und Ton zu gestalten sind. Ausgenommen sind davon lediglich Texte auf Übersichtsseiten oder solche mit konkretem Sendungsbezug.*[[10]](#footnote-10)* Das Beiträge des ÖRR in Textform im Internet erscheinen, beklagen deutsche Verlage schon lange im Rahmen der *Presseähnlichkeit. S*ie sehen darin eine illegitime Konkurrenz. Im Internet sind Texte des ÖRR schon finanziert und zugänglich, während die Presseanstalten ihre Inhalte verkaufen, oder hinter Paywalls verstecken müssen.[[11]](#footnote-11)

Daraus erschließt sich eine wichtige Erkenntnis: Wir als Rundfunkgebühren Zahlende, tun das nicht, damit der ÖRR uns gefällt, sondern damit er unabhängig ist. Für unsere individuellen Vorlieben und Wünsche ist nicht der ÖRR zuständig, sondern alle privaten Anbieter von Medien. Außerdem erfüllt der ÖRR auch dann eine wichtige Rolle für Demokratie und Gesellschaft, wenn ihn kaum jemand konsumiert.

### Aufgaben des ÖRR laut Medienstaatsvertrag

§ 26Auftrag

(1) Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen **umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben**. Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die **europäische Integration**, den **gesellschaftlichen Zusammenhalt** sowie den **gesamtgesellschaftlichen Diskurs** in Bund und Ländern fördern. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben die Aufgabe, ein Gesamtangebot für alle zu unterbreiten. Bei der Angebotsgestaltung sollen sie dabei die Möglichkeiten nutzen, die ihnen aus der Beitragsfinanzierung erwachsen, und durch eigene Impulse und Perspektiven zur medialen Angebotsvielfalt beitragen. **Allen Bevölkerungsgruppen** soll die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht werden. Dabei erfolgt eine angemessene Berücksichtigung aller Altersgruppen, **insbesondere** von **Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen**, der Belange von Menschen mit Behinderungen und der Anliegen von Familien. Die öffentlich-rechtlichen Angebote haben der **Kultur, Bildung, Information und Beratung** zu dienen. **Unterhaltung**, die einem öffentlich-rechtlichen Profil entspricht, ist Teil des Auftrags. Der Auftrag im Sinne der Sätze 8 und 9 soll in seiner gesamten Breite auf der ersten Auswahlebene der eigenen Portale und über alle Tageszeiten hinweg in den Vollprogrammen wahrnehmbar sein.[[12]](#footnote-12)

Die im Medienstaatsvertrag zugesicherte **Grundversorgung** bedeute die technische und inhaltliche Sicherung einer umfassenden Berichterstattung. Der ÖRR soll ein an die Allgemeinheit gerichtetes, inhaltlich vielfältiges Programm sowie eine möglichst flächendeckende Übertragung sichergestellt werden. Der Rundfunk solle durch die Auswahl von Programmen und Themen die freie Meinungsbildung und kulturelle Vielfalt gewährleisten. Ferner soll er mit seinem Angebot der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung den Rezipienten dienen.[[13]](#footnote-13)

Der ÖRR muss in seinen Angeboten einen **umfassenden Überblick** über das **internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen** in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sie sollen dabei die **internationale Verständigung**, die **europäische Integration**, den **gesellschaftlichen Zusammenhalt** sowie den gesamtgesellschaftlichen Diskurs in Bund und Ländern fördern.[[14]](#footnote-14) Dadurch soll die internationale Verständigung, die europäische Integration und der gesellschaftliche Zusammenhalt in Bund und Ländern gefördert werden. Mit der **Verpflichtung zur Integration** ist gemeint, gesellschaftlichen Zusammenhalt herzustellen, alle gesellschaftlichen Schichten anzusprechen, deren Teilhabe am politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess zu ermöglichen, auseinanderstrebende Tendenzen der Massengesellschaft zusammenzuführen, alle Bürger am Zeitgespräch der Gesellschaft zu beteiligen sowie Bürgersinn und Engagement für das demokratische Gemeinwesen zu motivieren. Der Informationsbegriff wird im Medienstaatsvertrag sehr weit gefasst und umfasst Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches. **Bildung** bezieht sich auf die Bereiche "Wissenschaft und Technik, Alltag und Ratgeber, Theologie und Ethik, Tiere und Natur, Gesellschaft, Kinder und Jugend, Erziehung, Geschichte und andere Länder“. Bildungssendungen sind Programme, deren Inhalte eine möglichst breite Bevölkerungsschicht ansprechen sollen, z. B. Programme im Feature- oder Magazinformat zu naturwissenschaftlichen Themen oder Gesellschaft und Technik.

**Investigativer Journalismus** solle den Zweck der Information und Orientierung erfüllen sowie politische Positionierungen ermöglichen.[[15]](#footnote-15) Er muss die Angeboten die Würde des Menschen achten und zu schützen. Darüberhinaus müssen die Angebote darüberhinaus sogar dazu beitragen „die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinungen anderer zu stärken“. Berichterstattungen muss unabhängig und sachlich sein. Nachrichten müssen vor ihrer Verbreitung mit der gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft geprüft werden.[[16]](#footnote-16) Außerdem soll der ÖRR in seinen Angeboten eine möglichst breite Themen- und Meinungsvielfalt ausgewogen darstellen. [[17]](#footnote-17)

§ 2Begriffsbestimmungen

27.unter Kultur insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Musik, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino

28.unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik[[18]](#footnote-18)

28.unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik[[19]](#footnote-19)

Laut Kulturrat hat der ÖRR für den Kulturbereich in Deutschland eine „unverzichtbare“ Bedeutung. Er sei wesentlicher Auftraggeber für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Einige Genres wie z.B. das Hörspiel und das Hörbuch würden überwiegend vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk beauftragt und gesendet. In Deutschland sei er der größte Auftraggeber für zeitgenössische Kompositionen. Darüberhinaus ist er wichtig für die Kulturberichterstattung, und zwar sowohl hinsichtlich der regionalen Berichterstattung. Zum Kulturjournalismus im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gehörten u. a. die Kunstkritik, die Kulturberichterstattung, die Besprechung und Einordnung von künstlerischen Werken, die Beobachtung und die Auseinandersetzung mit dem kultur- und gesellschaftspolitischen Geschehen. Die Kulturberichterstattung habe ihrerseits erheblichen Einfluss auf den Bekanntheitsgrad von Künstlerinnen und Künstlern und ihrer Werke. Damit beeinflusse sie den wirtschaftlichen Erfolg und habe Rückwirkungen auf die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft.[[20]](#footnote-20) **Unterhaltung** kann wichtige gesellschaftliche Funktionen erfüllen, wenn sie Realitätsbilder vermittelt und Gesprächsgegenstände zur Verfügung stellt, an die sich Diskussionsprozesse anschließen könnten, die sich auf Lebenseinstellungen, Werthaltungen und Verhaltensmuster beziehen. [[21]](#footnote-21)

## 2. Wahrnehmung des ÖRR

### Unzufriedenheit

Schon 2014 beschimpften Bürger aus dem Umfeld von „Pegida“ etablierte deutsche Medien als „Lügenpresse“. Ein Jahr später wurde es von einer Jury zum „Unwort des Jahres“ gewählt[[22]](#footnote-22). 2016 begann Donald Trump erfolgreich die Kontrolle durch die vierte Gewalt zu bekämpfen, indem er sie ab da über 2000 mal „Fake News“ nannte[[23]](#footnote-23). Spätestens seit dem, wird in der Deutschen Medienlandschaft immer wieder und verstärkt über eine Vertrauenskrise in die deutschen Medien diskutiert[[24]](#footnote-24). Aber nicht nur die Medienwissenschaftler diskutieren über Sinn und Zweck des ÖRR, auch auf Social Media wird die Debatte nach wie vor geführt. Auf Reddit regt sich ein mutmaßlicher Nutzer auf 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. Im Juni 2025 holt der Journalist und Webvideoproduzent Tilo Jung in der Sendung „Monitor“ der ARD zum Rundumschlag gegen den Journalismus, und vor allem auch den im ÖRR beheimateten Journalismus aus. Der Qualitätsjournalismus läge in Deutschland 3 Meter unter dem Boden und sei faktisch tot. Deutsche Journalisten hielten sich nicht an journalistische Qualitätsstandarts, dienten nicht der Öffentlichkeit, sondern ausschließlich den Mächtigen. Beim ÖRR könne man nur Chefredakteur mit Stimmen von CDU und SPD werden, dadurch stände 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 Journalismus sein Dasein als Journalismus abzusprechen, und ihn stattdessen als „Propaganda“ zu betiteln. Aber auch Moderator und Leiter der Sendung „Monitor“ Georg Restle äußert scharfe Kritik am eigenen Arbeitgeber. Unter dem Deckmantel des programmatischen Grundsatzes „Vielfaltsgebot“ würden Redakteure 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 in Reichweite messen, und qualitativ hochwertige Programme, die aber geringe Zuschauerzahlen haben ein Ende bereiteten. [[25]](#footnote-25)

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. [[26]](#footnote-26) Wie sehr die Deutschen tatsächlich zufrieden 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 – also als Kontrollinstanz gegenüber politischer Macht – wirksam erfüllen können. Demokratie lebt davon, dass Bürgerinnen und Bürger 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 Bürger Medien einen „Vertrauensvorschuss“, dahingehend, dass sie sorgfältig recherchieren und sachlich angemessen berichten, und unter allen Geschehnissen diejenigen auswählt, die für die Gesellschaft bedeutsam sind. Es wird von Medien, die dieser Rolle gerecht werden wollen, auch erwartet, dass sie eine unabhängige und 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 und Bürger 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, dass es wahrscheinlicher macht, dass Menschen ihre Informationen aus alternativen, womöglich weniger akkuraten oder gut gesonnenen 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[[27]](#footnote-27)

Das Phänomen Medienvertrauen in einen größeren institutionellen Zusammenhang stellen. 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.[[28]](#footnote-28) 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. Demzufolge ist Medienvertrauen 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.[[29]](#footnote-29) Die beste Voraussage darüber, wie sehr ein Mensch Medien vertraut, ist das interpersonale Vertrauen, also wie sehr ein Mensch davon ausgeht seinen Mitmenschen grundsätzlich Vertrauen entgegenbringen zu können und dass die meisten Menschen gute Absichten haben. Daraus schlussfolgern die Autoren 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, dass 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 Sachverhalten 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.[[30]](#footnote-30) Es gäbe also eine Antwort auf die drängende Frage, wie man eingefleischte Gegnerinnen und Gegner 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.[[31]](#footnote-31) Diese Erwartung besteht auch in großen Teilen der Bevölkerung. 86% glauben z.B. 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.[[32]](#footnote-32)

### Tatsächliche Wahrnehmung

Menschen, die den ÖRR mehr nutzen, fühlen sich besser von ihm repräsentiert, und darüberhinaus auch besser in der Gesellschaft integriert.[[33]](#footnote-33) Insgesamt nutzten das Fernsehangebot des ÖRR in Deutschland laut einer repräsentativen Umfrage des FGZ-Standorts Hamburg immerhin 83,5 Prozent der Befragten; 58,5 Prozent der Befragten schalteten es sogar täglich oder **mehrmals täglich** ein.[[34]](#footnote-34) 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 der Zukunft durch die demographischen Veränderungen in der Bevölkerung entstehen könnte. Tatsächlich zeigt die WDR Studie zur Glaubwürdigkeit, dass ältere Menschen (65+) den ÖRR auch etwas glaubwürdiger finden als junge Menschen (18-34), allerdings ist der Unterschied nicht dramatisch (58% vs 49%). [[35]](#footnote-35)

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 und Bürger ab 18 Jahren in einer repräsentativen Telefonumfrage befragt wurden, befand den ÖRR als das Medium in Deutschland, dem am meisten Vertraut wurde. 61 Prozent 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 öffentlich-rechtliche Rundfunk 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 und Anhänger 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.[[36]](#footnote-36) In der aktuellen WDR Studie zur Glaubwürdigkeit empfanden immerhin 65% den ÖRR als Glaubwürdig. Dabei war das Vertrauen in die Radioprogramme höher als ins Fernsehen (65% vs 69%). Die Online Angebote des ÖRR erzielten das geringste Vertrauen unter den ÖRR Angeboten (55%).[[37]](#footnote-37) Im weiteren Sinne betrachtet, ist das Vertrauen in Online Angebote, und insbesondere in Social Media Angebote aber besonders gering. Sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram und X vertrauen nur 3 Prozent. Sagten im Jahr 2023 noch 27 Prozent der Befragten sagten, dass man den Netzwerken zumindest teilweise vertrauen könne, waren es im aktuellsten Erhebungsjahr nur 22 Prozent. Gleichzeitig stieg der Anteil der Befragten, die den Netzwerken überhaupt nicht vertrauen, um 6 Prozentpunkte auf 57 Prozent. Die Autoren der Studie machen dafür anhaltende öffentliche Debatten über mögliche und tatsächliche politische Manipulationsversuche in diesen Netzwerken sowie die Täuschungsmöglichkeiten durch generative Künstliche Intelligenz verantwortlich. Es zeigt sich auch ein gewisses Differenzierungsvermögen bei den Zuschauern. Während alle Studien ein insgesamt recht hohen Medienvertrauen und hohe Glaubwürdigkeit zeigen, vertrauen Medienkonsumenten bei einzelnen Themen selektiv deutlich weniger. So befanden die Berichterstattung zum Thema „Gaza“ grade mal 27% als teilweise oder überwiegend glaubwürdig, während weitere 27% bei diesem Thema gar kein Vertrauen schenkten. Immerhin 40% vertrauten der Berichterstattung zum Thema „Russischer Angriffskrieg auf die Ukraine“.[[38]](#footnote-38) 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.[[39]](#footnote-39) Etwa jeder fünfte Deutsche findet zur Themenauswahl der Deutschen Medien insgesamt, dass diese persönlich relevanten Themen der Bürgerinnen und Bürger nicht ernst nähmen und dass die in den Medien vertretenen Meinungen stark von den individuellen Meinungen der Bürgerinnen und Bürger abwichen. Die Hälfte der Deutschen glaubt der Journalismus sei „in den letzten Jahren schlechter geworden“, nur 10% glauben das Gegenteil.[[40]](#footnote-40) 34 Prozent der Befragten 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 spricht man, wenn Menschen Medien nicht nur wenig vertrauen, sondern ihnen sogar konspirative Merkmale, unlautere Motive und manipulative Arbeitsweise unterstellen. Dazu zählen z.B. Aussagen wie: „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 Prozent. 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.[[41]](#footnote-41) 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 sein, und mehr mit anderen Eliten als mit der Durchschnittsbevölkerung gemein hätten. Dabei würden sie stark mit anderen Eliten wie der Politik interagieren und weniger mit ihrer eigentlichen Zielgruppe, den Rezipientinnen und Rezipienten.[[42]](#footnote-42)

### Politische Tendenziös?

Zwei Drittel der Deutschen glauben, dass Journalisten in ihrer Berichterstattung Positionen der Partei übernehmen, der sie nahestehen. Insbesondere eine nicht repräsentative Umfrage aus dem Jahr 2020, der zufolge über 90 Prozent 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.[[43]](#footnote-43) Tatsächlich standen immerhin 41% der deutschen Journalisten 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.[[44]](#footnote-44) In Anbetracht dieser Zahlen liegt also die Vermutung nahe, dass die Wahrnehmung der Medienkonsumenten der Wahrheit entspricht, und die gefühlt tendenziöse Berichterstattung aus der Differenz in der Parteinähe entspringt. Wie sehr die Berichterstattung des ÖRR im Vergleich zu anderen deutschen Medien tatsächlich politisch tendenziös ist, haben Maurer et al. 2023 untersucht, 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 welche Parteien darin präsentiert wurden. Darüberhinaus wurde die Themenvielfalt untersucht. 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 bewertet 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%. Der Deutschlandfunk und die beiden Hauptnachrichtensendungen Tagesschau und heute wiesen einen relativ großen Anteil an außenpolitischen Nachrichten auf. 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%).[[45]](#footnote-45) 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 darüberhinaus, dass der ÖRR trotz seines konkreten Auftrags und seiner finanziellen Unabhängigkeit genau die selbe Themenlandschaft und behandelt wie die Privatmedien und dem Thema Kultur und Bildung sogar etwas weniger Aufmerksamkeit schenkt. Immerhin wünschen sich 83% der Deutschen, dass der ÖRR die Deutsche Kultur in ihrer gesamten Breite abbilden solle.[[46]](#footnote-46)

Die Studie „Die Talkshow Gesellschaft von Paulina Fröhlich und Johannes Hillje liefert einen spannenden 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.[[47]](#footnote-47) 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 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 Prozent der Gäste in den Talkshows VertreterInnen von Parteien. 22,9 Prozent stammten aus dem Journalismus. Zusammengenommen kamen damit 65,5 Prozent 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 Prozent der Gäste kommen aus der Wissen- schaft; 6,4 Prozent aus der Wirtschaft; 2,8 Prozent aus dem Kulturbereich und 2,7 Prozent aus der organisierten Zivilgesellschaft. Nur 1,4% der Gäste kam 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 in Talkshowgäste. Sie machen nur 7,3 Prozent 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% Prozent von Verbraucher- und Konsumentenorganisationen. Ironischerweise sind die Vertrauensverhältnisse der Bürger 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 Arbeitergeberverbänden vertrauen nur 29 Prozent.[[48]](#footnote-48) Den Arbeitgebern der größten Gruppe von Talkshowgästen, den politischen Parteien, schenkten 2024 grade mal 8% der Deutschen großes Vertrauen.[[49]](#footnote-49)

### Geringes Wissen über Journalismus korreliert mit geringem Medienvertrauen

Menschen, die mehr über den Journalismus wissen, mehrheitlich zu der Gruppe, die den etablierten Medien im Großen und Ganzen vertraut. Allerdings waren in der Mainzer Langzeitstudie nur 60 Prozent der Befragten waren über Verpflichtung zur Sorgfalt und Wahrheit im Bilde. Grundwissen über die professionellen Regeln und Arbeitsweisen der JournalistInnen ist laut den Autoren der Studie jedoch unerlässlich, um die Leistungen der Berichterstattung angemessen einschätzen zu können. Wie sich bei Befragungen 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 antwortete entweder mit „weiß nicht“ oder falsch auf die Frage, ob Journalistinnen und Journalisten ohne gesetzliche Schranken berichten dürften, was sie wollten. Auf der anderen Seite zeigten sich 11 Prozent davon überzeugt, dass Journalistinnen und Journalisten jeden Beitrag, den sie veröffentlichen, vorher von Behörden prüfen lassen müssen. Weitere 10 Prozent wussten nicht, ob dies stimme oder nicht. Jeder vierte Befragte 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 beziehungsweise jeder Fünfte konnte die grundrechtlich definierte Ausgangslage journalistischen Arbeitens in Deutschland nicht korrekt erfassen. [[50]](#footnote-50)

## 3. Einflussmöglichkeiten auf den ÖRR



Gruppenbild der Mitglieder der Gremienvorsitzendenkonferenz der ARD vom 08.04.2025

### 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 (NDR, SWR, …) hat ihren eignen Rat, dessen konkrete Beschaffenheit und Zusammensetzung in den Landesstaatsverträgen von der Politik des Bundeslandes geregelt wird.[[51]](#footnote-51) Die Aufgabe 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 des Intendanten sei, wählt er diesen Intendanten auch selbst aus und wieder ab. Darüberhinaus wählt der jeweilige Rundfunkrat noch 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“, beinhalten. Im Beispiel des ZDF bestimmt der „Fernsehrat“ (der ZDF Begriff für „Rundfunkrat“) allerdings nur zwei Drittel der Mitglieder dieses Verwaltungsrates. Die anderen vier werden „von den Bundesländern berufen“. [[52]](#footnote-52) Die Verschiedenen Rundfunkräte unterscheiden sich mitunter massive in Budget, Zusammensetzung und Größe.[[53]](#footnote-53) 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 entsannt. 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“ (BVerfGE 83, 238, 333) und „höchstes Organ der Anstalt“ (BVerfGE 31, 314, 328).[[54]](#footnote-54) Damit ist garantiert, dass der ÖRR eben kein „Staatsfunk“ ist. Soweit die Theorie. Tatsächlich aber entstehen die Rundfunkräte allerdings eben nicht aus der Zivilgesellschaft heraus, sondern sind von der Politik erdacht und rechtlich geregelt. Die Politik hat diese Strukturen geschaffen, kann diese ändern oder durch etwas ganz Neues ersetzen.[[55]](#footnote-55) Die Zuschauer haben keinerlei Einfluss darauf wer sie in den Rundfunkräten repräsentiert. Der „Gebührenzahler“ als solcher hat keinen einzigen Sitz im Rundfunkrat.[[56]](#footnote-56) 2022 sah die Repräsentation der Bürger in den Rundfunkräten insgesamt so aus: in den zwölf Rundfunkräten saßen genauso viele Interessenvertreter\*innen von Bauern und Bäuerinnen (weniger als 1 Prozent der Bevölkerung), wie von Menschen mit Migrationshintergrund (mehr als 27 Prozent der Bevölkerung). Die Gruppe der „Heimatvertriebenen“ (Menschen die vor 1938 ihren Wohnsitz in den „Ostgebieten“, dem „Sudetenland“ und „alten Siedlungsgebieten in Ost- und [Südosteuropa](https://de.wikipedia.org/wiki/S%C3%BCdosteuropa)" hatten, [vertrieben wurden](https://de.wikipedia.org/wiki/Heimatvertriebener_(Bundesvertriebenengesetz)#Flucht_und_Vertreibung) und bis 1993 im Geltungsbereich des [Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland](https://de.wikipedia.org/wiki/Grundgesetz_f%C3%BCr_die_Bundesrepublik_Deutschland) aufgenommen wurden[[57]](#footnote-57)) brachte es auf mehr Sitze als alle muslimische Organisationen zusammen. Mehr Über-80-Jährige überwachten das öffentlich-rechtliche Programm, als Unter-30-Jährige.[[58]](#footnote-58) Diese Zahlen werden allerdings noch dadurch geschönigt, dass die Räte mancher Rundfunkanstalten deutlich diverser und repräsentativer sind als andere. Stand 2022 stellte der Bayrische Rundfunk ein besonders gutes Negativbeispiel 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.[[59]](#footnote-59) 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 und -nutzer in Deutschland kein probates Mitspracherecht bei der Programmgestaltung. Direkte Beteiligung an der Programmentwicklung ist gesetzlich sowieso nicht vorgesehen.[[60]](#footnote-60) Was die Zuschauer können, ist ihre Meinung über vorgesehene Kanäle zu äußern: So unterhält die ARD beispielsweise eine „Zuschauerredaktion“, der man schreiben kann, während das ZDF Kontaktmöglichkeiten und Services für Anregungen und Kritik, bzw. „Programmbeschwerden“ bietet.[[61]](#footnote-61) Daneben weist es in seiner Netiquette direkt auch darauf hin, dass Beschwerden ohne „höfliche und angemessene Formulierung“ ohne Rücksicht auf Kontext gelöscht werden.[[62]](#footnote-62) Ein weiteres Mittel des Einflusses, den Zuschauer auf das Programm nehmen können, ist streitbarerweise die „Quote“. Nicht nur bei den privaten Anbietern wird die Quote stark beachtet, sondern auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und Fernsehen werden Sendungen dann abgesetzt oder geschrumpft, wenn sie die gewünschten Zuhörer- bzw. Zuschauerzahlen nicht erreichen.[[63]](#footnote-63) 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 eben die Formate und Interessen zu bedienen, die im kommerziell orientierten Teil des Mediensystem eben nicht bedient werden können.

Zusammengefasst gibt es rechtlich also einen großen rechtlich geregelten Apparat zur Kontrolle und Programmsteuerung des ÖRR. Allerdings haben Zuschauer und Gebührenzahler selbst keine Kontrolle in diesem System. Politiker bestimmen wer in den Rundfunkräten sitzt und und 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, absurd.

### Politische Einflussnahme

Die Betrachtung der Struktur dieser Kontrollorgane lässt verschiedene Schlüsse zu. Bestenfalls repräsentieren in den Rundfunkräten ein zugegebenermaßen recht undiverses, überaltertes, großenteils aus Parteivertretern bestehendes Grüppchen von Menschen, die Interessen der Deutschen Medienkonsumenten immer noch recht akkurat. Schlimmstenfalls nehmen die Mitglieder der Gremien skrupellos die Interessen 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](https://de.wikipedia.org/wiki/Sozialdemokratische_Partei_Deutschlands)-Parteizeitung [Vorwärts](https://de.wikipedia.org/wiki/Vorw%C3%A4rts_(Deutschland)) Uwe-Karsten Heye von einer drohenden „Berlusconisierung des Landes“. Grund dafür: Der ZDF Verwaltungsrat verweigerte seinem Chefredakteur [Nikolaus Brender](https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/brender-is-back-2049193.html?icid=in-text-link_6985288) die Wiederwahl. Die Zusammensetzung des Verwaltungsrats damals: 5 Vertreter der SPD, 9 Vertreter der CDU.[[64]](#footnote-64) WDR-Intendant Fritz Pleitgen sprach ihm damals „einen hervorragenden Ruf“, „Unabhängigkeit“, „Leidenschaft“, „Kompetenz“, „Streitlust“ und „Wahrhaftigkeit“ zu.[[65]](#footnote-65) 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 die Rolle als ZDF Chefredakteur bescheinigt. Auch der damalige ZDF Intendant Markus Schächter wollte seinen Vertrag verlängern.[[66]](#footnote-66) 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“.[[67]](#footnote-67) Recherchen des Spiegels verwiesen schon Monate vor der Entscheidung auf das was kommen würde. Die CDU Spitze hielte Brender demnach für „unberechenbar" und „undiplomatisch“. Dem Bericht zufolge hatte auch Brenders Vorstoß, wonach Wünsche und Kritik von Politikern künftig schriftlich statt am Telefon geäußert werden müssten, um Versuche der Einflussnahme der Politik auf öffentlich-rechtliche Programm-Macher dokumentierbar zu machen, für Unzufriedenheit in der CDU Spitze gesorgt. Demnach machte Angela Merkel persönlich damals Druck um Brender „loszuwerden“.[[68]](#footnote-68) 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.[[69]](#footnote-69) Aber es gab auch rechtliche Konsequenzen aus dem „Fall Brender“. Wegen dieser Vorgänge reichte die rheinland-pfälzische Landesregierung eine Normenkontrollklage beim Bundesverfassungsgericht ein.[[70]](#footnote-70) Daraufhin erklärte dieses 2014 Teile des ZDF Staatsvertrags für verfassungswidrig. Fernseh- und Verwaltungsrat seien nicht „staatsfern“ genug, hieß es damals von Seiten des Gerichtes. Die Menge an „staatsnahen“ Vertretern in allen Aufsichtsgremien des ÖRR wurden daraufhin im Urteil auf ein Drittel beschränkt.[[71]](#footnote-71)

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 Rundfunkräte eine Parteizugehörigkeit nachzuweisen. Insgesamt sind immerhin 41% aller Rundfunkratsmitglieder auch Mitglied einer Partei.[[72]](#footnote-72) Zum Vergleich nur 1,4% der Deutschen insgesamt sind Mitglied in einer Partei.[[73]](#footnote-73) Im besonders wichtigen Verwaltungsrat des ZDF sind vier von zwölf Mitgliedern amtieren Ministerpräsidentinnen und -präsidenten. 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 schon mögliche Personalien abzusprechen und -stimmen.[[74]](#footnote-74) 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 ehemaligem Innenminister Baden Würtembergs Thomas Strobl verheiratet. Sie setzt auf weniger Informationen und Bildung, dafür mehr Unterhaltung. Als eine ihrer ersten Amtshandlungen versuchte sie zum Ärger des Deutsche Journalisten-Verbandes die kritischen ARD Politmagazine „Kontraste“, „Monitor“ oder „Panorama“ zu beschneiden.[[75]](#footnote-75)

# 4. Rundfunkgebühren

Der ÖRR wird durch einen verpflichtenden Rundfunkbeitrag finanziert. Dieser beträgt gegenwärtig 18,36€, und summiert sich für ganz Deutschland auf etwa 9 Milliarden Euro.[[76]](#footnote-76) 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.[[77]](#footnote-77) Ingesamt 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.[[78]](#footnote-78) 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.[[79]](#footnote-79) 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.[[80]](#footnote-80) 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 Kultur und Wissenschaft verwendet werden.[[81]](#footnote-81) 2018 gaben ARD und ZDF gemeinsam fast 800 Millionen Euro für Sport aus.[[82]](#footnote-82)

Auf ihrer Website gibt die ARD Kosten pro Sendeminute für verschiedene Formate an. Tatort und Fernsehfilme kosten die Beitragszahler etwa 20.000€ pro Sendeminute, während Reportagen und Magazine bei 1000€-2000€ liegen. [[83]](#footnote-83)

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 und Journalisten seien oft gezwungen, Vorrecherchen auf eigenes Risiko zu leisten. Diese Praxis habe zur Folge, dass viele Medienschaffende sich auf risikoärme Themen konzentrieren. Komplexe und gesellschaftlich relevante Missstände, deren Aufarbeitung mit hohen Kosten und unsicherem Ausgang verbunden seien, geräten dadurch ins Hintertreffen.[[84]](#footnote-84)

# 5. 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.[[85]](#footnote-85) Dank seiner besonderen gesellschaftlichen Rolle und den umfangreichen Ressourcen ist der ÖRR besonders geeignet um Desinformationen zu Identifizieren, ihren Ursprung und die Motivation für ihre Verbreitung zu ermitteln. Auch ohne Quoten Erfolg eines desinformationsbezogenen Formats, das aber hohes Vertrauen genießt, und für große Medienformate sicherstellt, dass sie proaktiv auf ihren Wahrheitsgehalt untersucht, und bei Fehlverhalten benannt werden, könnte die gesamte Gesellschaft und Medienlandschaft von dessen Existenz profitieren, indem das Medienvertrauen insgesamt, aber möglicherweise auch die Qualität von Information gesteigert wird.

### Faktenchecks

Der erste Ansatz konzentriert sich auf das Faktenchecken als Verfahren zur Überprüfung der Richtigkeit verschiedener Informationen. Ein Beispiel für Fact-Check Sendungen beim ÖRR ist 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 vor allem aus aktuellen Themen Social-Media-Plattformen, deren Kommentarspalten, und Reaktionen auf Beiträge des BR oder der Sendung selbst, die Redakteur\*innen des Senders auf potentielle Themen untersuchen. Zudem kommen Softwaretools zum Einsatz, die das Internet nach potenziell relevanten Inhalten durchsuchen.  
Die Sendung transparent zu sein, etwa indem sie ihre Themenauswahl erläutert. Wie erfolgreich solche Formate tatsächlich sind um Mediennutzer, die Desinformationen glauben schenken, von tatsächlichen Fakten zu überzeugen ist allerdings unklar, und die Ergebnisse von Studien die das untersuchen gemischt. Zwar belegen einige Studien, dass Faktenchecks durchaus zu einer Korrektur von Fehlwahrnehmungen führen können, allerdings haben ideologische Einstellungen bei den Mediennutzern großen Einfluss darauf, inwieweit Faktenchecks überhaupt helfen können.[[86]](#footnote-86)

### Förderung von Medienkompetenz

Ein weiteres zentrales Wirkungsfeld des ÖRR liegt in der Förderung der Medienkompetenz, insbesondere der Fähigkeit von Bürger\*innen, Medieninhalte kritisch zu hinterfragen. Der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) betreibt mit Medien 360 Grad eine Plattform zu Medienbildung, Medienkultur und Medienpolitik. Ein Kernelement ist der interaktive Charakter: **Nutzer\*innen können Aussagen oder Narrative zur Überprüfung einreichen**. Darüber hinaus bietet die Plattform Bildungsangebote wie Artikel, Videos und Anleitungen, um Desinformation zu erkennen, Quellen zu verifizieren und Nachrichteninhalte kritisch zu bewerten.   
Obwohl die Stärkung der Medienkompetenz als Chancen zur Stärkung der Gesellschaft gilt, fehlt es an einem evidenzbasierten Ansatz zur Messung ihrer Wirkung. Studien deuten darauf hin, dass Training im Bereich Medien- und Informationskompetenz oft nur kurzfristige Effekte auf die Fähigkeit zur Erkennung von Fake News hat. Vor allem ohne solide Allgemeinbildung und Faktenwissen scheint sie nicht wirklich zu helfen.

### Eigene Plattformen

Auch die Inhalte des ÖRR werden inzwischen häufig auf Social-Media-Plattformen konsumiert und eingeordnet. Damit sind die Inhalte nicht nur den Algorithmen der Plattformen, sondern womöglich auch Desinformationskampagnen und falschen, böswilligen Kontextualisierungen ausgesetzt. Eigene Plattformen könnten vom ÖRR in Deutschland, oder öffentlich-rechtlichen Medien der gesamten EU betriebene Plattformen zur Darstellung und Bündelung ihrer Inhalte, aber auch der öffentlichen Diskussion dienende Plattformen sein, die nicht den kommerziellen oder auch politischen Interessen von Unternehmen wie Meta und X unterworfen sind. Mit dem Zugang zu verlässlichen ÖRR-Quellen könnte die Verbreitung von Desinformation auf solchen Plattformen eingedämmt werden.

Darüberhinaus belohnen die etablierten Social Media Plattformen durch engagementbasierte Rankings polarisierendes Verhalten.[[87]](#footnote-87) Die Anpassung dieser Rankings durch einen Bridging Algorithmus könnte Potential auf eigenen ÖRR Plattformen haben.

In Anbetracht der Entwicklungen beim Medienkonsum, und der Macht der modernen Social Media Plattformen erscheint das durchaus schlüssig. Zumal der aktuelle Zustand in dem die Algorithmen der Social Media Plattformen darüber entscheiden, wer welche Beiträge des ÖRR zu sehen bekommt, gegen den Grundsatz des ÖRR verstößt, allen Mitgliedern der Bevölkerung den gleichen Zugriff auf diese zu gewähren.[[88]](#footnote-88)

# 7. Potentielle Design Lösungen

## 7.1 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 zentrales Moderationswerkzeug der Plattform dar. Auch andere Social-Media-Anbieter, wie Meta, haben angekündigt, diesen Ansatze zu implementieren, und damit professionelle Fact-Checking-Strukturen zu ersetzen.[[89]](#footnote-89)

Community Notes ermöglichen es registrierten Nutzerinnen und Nutzern, 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 und Nutzer bewerten, ob eine Notiz qualitativ hochwertige Quellen zitiert, ob sie hilfreich ist und ob sie tatsächlich wichtigen Kontext enthält.[[90]](#footnote-90)

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 und Nutzer häufig entlang politischer oder weltanschaulicher Linien votieren. Stattdessen kommt bei Community Notes ein Bridging-Algorithmus auf Basis von Matrix-Faktorisierungsmodellen zum Einsatz. Dieses Verfahren identifiziert Polarisationsebenen innerhalb der Nutzerschaft und ermittelt, welche Notizen von Nutzergruppen, die auf dieser Ebene als neutral klassifiziert wurden, am häufigsten als hilfreich bewertet wurden.[[91]](#footnote-91) Auf diese Weise sollen möglichst ausgewogene und gemeinwohlorientierte Inhalte bevorzugt angezeigt werden.[[92]](#footnote-92) Der Quellcode des Community-Notes-Algorithmus ist öffentlich einsehbar und wird auf der Plattform GitHub bereitgestellt.[[93]](#footnote-93)

### Forschungsstand zu Community Notes

Empirische Studien zu Community Notes liefern differenzierte Ergebnisse. So wurde in einer Untersuchung festgestellt, dass 97 % der Community Notes zum Thema COVID-19 von Fachexpertinnen und -experten als akkurat eingestuft wurden.[[94]](#footnote-94) Weitere Studien belegen eine hohe inhaltliche Übereinstimmung zwischen Community Notes und den Bewertungen professioneller Fact-Checking-Organisationen.[[95]](#footnote-95) 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 und Verfasser einen irreführenden Beitrag löschten, um rund 80 %.[[96]](#footnote-96)

Gleichzeitig wird 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 Notizen sichtbar.[[97]](#footnote-97) Trotz der Wartezeit erkennen Community-Notes-Nutzer 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.[[98]](#footnote-98)

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 republikanische Politikerinnen und Politiker häufiger mit Community Notes versehen als demokratische.[[99]](#footnote-99) In Deutschland zeigt sich ein ähnliches Bild: Zwar fügen Nutzerinnen und Nutzer vor allem den Beiträgen von Politikerinnen und Politikern 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 Verzerrungen bei den veröffentlichten Notizen nachweisen.[[100]](#footnote-100) Vielmehr wurde in Untersuchungen festgestellt, dass Community Notes das Vertrauen in Fact-Checking auf beiden Seiten des politischen Spektrums deutlich steigern können.[[101]](#footnote-101)

### Überlegungen zur Implementierung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Vor dem Hintergrund der dargestellten Funktionsweise und Forschungsergebnisse stellt sich die Frage, inwieweit ein ähnliches System auch für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (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 und Nutzer kommentiert und mit Kontext versehen werden könnten. Ein solches Feature könnte insbesondere das Vertrauen von medienkritischen oder skeptischen Rezipientinnen und Rezipienten 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 und Nutzer 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 bloß 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 ÖRR eigene Systeme tendenziell vermutlich eher von Personen mit hohem Vertrauen in die Medien genutzt werden. Dennoch könnten diese Instrumente dazu beitragen, vorhandenes Vertrauen zu festigen oder auszubauen, und den Redaktionen gleichzeitig wertvolle Hinweise für ihren Fokus geben.

## 7.2 Eigene Plattformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ein weiteres Anwendungsfeld für den Einsatz von Bridging-Algorithmen stellt die Etablierung eigener Plattformen durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ÖRR) dar. 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.[[102]](#footnote-102) 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.[[103]](#footnote-103) Zudem tragen unmoderierte und nicht redaktionell überprüfte Verbreitungskanäle zur Verbreitung von Desinformationen bei.[[104]](#footnote-104)

Aktuell ist der ÖRR darauf angewiesen, seine Inhalte auch über private Social-Media-Plattformen zu verbreiten, um relevante Zielgruppen zu erreichen.[[105]](#footnote-105) 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 und Nutzern ein gleichwertiges und unabhängiges Informationsangebot bereitzustellen.[[106]](#footnote-106) 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.[[107]](#footnote-107) Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass öffentlich-rechtliche Inhalte auf diesen Plattformen aus dem ursprünglichen Kontext gerissen und in manipulativer Absicht falsch dargestellt werden.[[108]](#footnote-108) Somit ist nicht gewährleistet, dass der ÖRR auf diesen Verbreitungswegen seinen gesetzlichen Auftrag in vollem Umfang erfüllen kann.[[109]](#footnote-109)

Vor dem Hintergrund dieser Problematik 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.[[110]](#footnote-110) Im Gegensatz zu den engagement-basierten, polarisierenden Algorithmen privater Plattformen könnten auf diesen Plattformen Bridging-Algorithmen (vgl. Kapitel 7.1) 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.

## 7.3 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, welche als wichtigste Aufsichtsgremien des ÖRR fungieren, weiterhin von einem hohen Anteil aktiver Politikerinnen und Politiker geprägt ist. Trotz stattgefundener Reformen besteht eine 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 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.

### Konzept einer individualisierten Direktbestimmung

Das vorgeschlagene Modell sieht vor, dass Bürgerinnen und Bürger, die den Rundfunkbeitrag entrichten, 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 und Rentner), 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 Wählerinnen und Wählern eine Auswahl an Kandidatinnen und Kandidaten 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.

### Potenziale des Modells

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 würde.

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

### Herausforderungen und Einschränkungen

Gleichzeitig sind mit der vorgeschlagenen Direktbestimmung auch erhebliche Herausforderungen verbunden. Ein solches Verfahren wäre organisatorisch komplex.

Darüberhinaus besteht die Gefahr einer Verzerrung durch ungleiche Beteiligung. Bevölkerungsgruppen mit höherem Bildungsstand, einer 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.

Nicht zuletzt bleibt auch die Frage der Balance zwischen Vielfalt und Funktionsfähigkeit der Gremien zu klären. Zu viele differenzierte Kriterien könnten die Auswahlprozesse verkomplizieren und die Entscheidungsfähigkeit der Rundfunkräte beeinträchtigen.

## Priorisierung von Aufgaben

## Selbst Geld verteilen

## Verhassten Sendungen Geld entziehen

## Bridging Algorithmus für Bewertungen

## Schlüsselrollen selbst wählen

# 8. Methodisches Vorgehen und gestalterische Haltung

* Welche Rolle spielt spekulatives Design im Projekt?
* Wie wird Gestaltung als Erkenntnismittel eingesetzt?
* Welche Validierungsformate kommen zum Einsatz (z. B. Interviews, Workshops)?
* Welche Haltung nimmt die Arbeit gegenüber gesellschaftspolitischen Wirkungen ein?

# 9. Prototypische Entwürfe als Lösungsansätze

* Welche inhaltlichen Anforderungen adressieren die einzelnen Prototypen?
* Welche Technologien werden wie eingesetzt?
* Welche Chancen und Herausforderungen entstehen daraus?

# 10. Gefahren

https://verfassungsblog.de/offentlich-rechtlicher-rundfunk-afd-emfa/

* Welche Risiken entstehen durch die vorgeschlagenen Veränderungen?
* Populismus, Desinformation, Vertrauensverlust – wie kann man ihnen begegnen?

# 11. Gesellschaftlicher Nutzen

* Lässt sich durch Reformen der informative, demokratische und finanzielle Nutzen steigern?
* Besteht realistische Aussicht auf mehr Vertrauen, bessere Qualität und Beteiligung?
* Wie tragen Reformideen zum gesellschaftlichen Diskurs bei?

# 11.1 Mögliche Langzeitwirkungen und Zukunftsszenarien

* Wie würde sich ein partizipatives Modell langfristig auswirken?
* Welche realistischen, utopischen oder dystopischen Entwicklungspfade sind denkbar?

Literaturverzeichnis

Die Formatierungsvorgaben für das Literaturverzeichnis sollten Sie mit dem/der betreuenden Erstprüfer\*in abstimmen. Falls keine Angaben gemacht werden, können Sie sich z. B. am [APA-Standard](https://www.scribbr.de/apa-standard/literaturverzeichnis-laut-apa-standard/) orientieren. Wichtig ist, dass das Literaturverzeichnis vollständig ist und Sie nur die Quellen angeben, die Sie im Rahmen Ihrer Bachelorarbeit wörtlich zitiert oder sinngemäß wiedergegeben haben. Literatur, die Sie lediglich zur Vorbereitung genutzt haben, gehört nicht in das Literaturverzeichnis. Achten Sie auf eine einheitliche Darstellung, verwenden Sie wissenschaftliche Quellen, und sortieren Sie die Quellen im Literaturverzeichnis alphabetisch (also nicht in der Reihenfolge des Auftretens im Text, sondern alphabetisch nach den Nachnamen der Autoren sortiert). Hinweis: Wikipedia gilt nicht als wissenschaftliche Quelle. Bei Internetquellen wird das Datum des letzten Aufrufs mit angegeben.

Anhang

Bestandteil eines Anhangs können umfangreiche Datenreihen sein, Quelltexte, transkribierte Interviews oder ergänzende Informationen wie z. B. Datenblätter. Falls Sie Ihren Anhang untergliedern, erscheint diese Gliederung auch im Inhaltsverzeichnis Ihrer Bachelorarbeit.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit mit dem Titel:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

selbständig und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln verfasst habe. Alle Passagen, die ich wörtlich aus der Literatur oder aus anderen Quellen wie z. B. Internetseiten übernommen habe, habe ich deutlich als Zitat mit Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Datum |  | Unterschrift |

1. FriedrichEbertStiftung2022 [↑](#footnote-ref-1)
2. KurzundKnappRedaktion2020 [↑](#footnote-ref-2)
3. Frank2020 [↑](#footnote-ref-3)
4. KurzundKnappRedaktion2020 [↑](#footnote-ref-4)
5. Steinlein2023 [↑](#footnote-ref-5)
6. Bovermann2024 [↑](#footnote-ref-6)
7. Piepenbrink2009 [↑](#footnote-ref-7)
8. Steinlein2023 [↑](#footnote-ref-8)
9. Thomass2016 [↑](#footnote-ref-9)
10. Lauer2022 [↑](#footnote-ref-10)
11. Fries2022 [↑](#footnote-ref-11)
12. Medienstaatsvertrag2024 §26 [↑](#footnote-ref-12)
13. Hoffmann2016 [↑](#footnote-ref-13)
14. Medienstaatsvertag2024 §26 [↑](#footnote-ref-14)
15. Hoffmann2016 [↑](#footnote-ref-15)
16. Medienstaatsvertrag2024 [↑](#footnote-ref-16)
17. Medienstaatsvertrag2024 [↑](#footnote-ref-17)
18. Medienstaatsvertrag2024 [↑](#footnote-ref-18)
19. Medienstaatsvertrag2024 [↑](#footnote-ref-19)
20. [↑](#footnote-ref-20)
21. Bundesverfassungsgericht2008 [↑](#footnote-ref-21)
22. Spiegel2015 [↑](#footnote-ref-22)
23. Woodward2020 [↑](#footnote-ref-23)
24. Viehmann2023 [↑](#footnote-ref-24)
25. Monitor2025 [↑](#footnote-ref-25)
26. Binkert2024 [↑](#footnote-ref-26)
27. Viehmann2023 [↑](#footnote-ref-27)
28. Robinson2013 [↑](#footnote-ref-28)
29. Brandenburg2025 [↑](#footnote-ref-29)
30. Viehmann2023 [↑](#footnote-ref-30)
31. Viehmann2023 [↑](#footnote-ref-31)
32. Hasebrink2025 [↑](#footnote-ref-32)
33. Stegmann2024 [↑](#footnote-ref-33)
34. Hasebrink2025 [↑](#footnote-ref-34)
35. Dimap2025 [↑](#footnote-ref-35)
36. Brandenburg2025 [↑](#footnote-ref-36)
37. Dimap2025 [↑](#footnote-ref-37)
38. Brandenburg2025 [↑](#footnote-ref-38)
39. Viehmann2023 [↑](#footnote-ref-39)
40. Steinbrecher2024 [↑](#footnote-ref-40)
41. Brandenburg2025 [↑](#footnote-ref-41)
42. Viehmann2023 [↑](#footnote-ref-42)
43. Maurer2024 [↑](#footnote-ref-43)
44. Steinbrecher2024 [↑](#footnote-ref-44)
45. Maurer2024 [↑](#footnote-ref-45)
46. Hasebrink2025 [↑](#footnote-ref-46)
47. Steinbrecher2024 [↑](#footnote-ref-47)
48. Froehlich2020 [↑](#footnote-ref-48)
49. Steinbrecher2024 [↑](#footnote-ref-49)
50. Viehmann2023 [↑](#footnote-ref-50)
51. [mediendiversitaet.de](http://mediendiversitaet.de) [↑](#footnote-ref-51)
52. ZDF [↑](#footnote-ref-52)
53. Stawowy2025 [↑](#footnote-ref-53)
54. WissenschaftlicheDienste2008 [↑](#footnote-ref-54)
55. Rieg2025 [↑](#footnote-ref-55)
56. openPRRedaktion2024 [↑](#footnote-ref-56)
57. Bundesinnenministerium [↑](#footnote-ref-57)
58. Goldmann2022 [↑](#footnote-ref-58)
59. Goldmann2022a [↑](#footnote-ref-59)
60. WissenschaftlicheDienste2008 [↑](#footnote-ref-60)
61. ARD2024a [↑](#footnote-ref-61)
62. ZDF2025 [↑](#footnote-ref-62)
63. WissenschaftlicheDIenste2008 [↑](#footnote-ref-63)
64. Huber2012 [↑](#footnote-ref-64)
65. GespraechmitDirkOliverHeckmann2010 [↑](#footnote-ref-65)
66. Spiegel2009 [↑](#footnote-ref-66)
67. GespraechmitDirkOliverHeckmann2010 [↑](#footnote-ref-67)
68. Spiegel2009 [↑](#footnote-ref-68)
69. Doerting2009 [↑](#footnote-ref-69)
70. Sterz2024 [↑](#footnote-ref-70)
71. Fittkau2015 [↑](#footnote-ref-71)
72. Stawowy2025 [↑](#footnote-ref-72)
73. Niedermayer2022 [↑](#footnote-ref-73)
74. Sterz2024 [↑](#footnote-ref-74)
75. Ehrenberg2021 [↑](#footnote-ref-75)
76. Sehl2024 [↑](#footnote-ref-76)
77. Sehl2023b [↑](#footnote-ref-77)
78. Sehl2024 [↑](#footnote-ref-78)
79. KEF [↑](#footnote-ref-79)
80. Deutschlandfunk2024 [↑](#footnote-ref-80)
81. ARD [↑](#footnote-ref-81)
82. Leinker2020 [↑](#footnote-ref-82)
83. ARDa [↑](#footnote-ref-83)
84. Drepper2023 [↑](#footnote-ref-84)
85. Hasebrink2025 [↑](#footnote-ref-85)
86. Nyhan2010 [↑](#footnote-ref-86)
87. Ovadya2022 [↑](#footnote-ref-87)
88. Sehl2023a [↑](#footnote-ref-88)
89. Stafford2025 [↑](#footnote-ref-89)
90. Czopek2023 [↑](#footnote-ref-90)
91. Warden2024 [↑](#footnote-ref-91)
92. Stafford2025 [↑](#footnote-ref-92)
93. twitter [↑](#footnote-ref-93)
94. Allen2024 [↑](#footnote-ref-94)
95. Saeed2022 [↑](#footnote-ref-95)
96. Renault2024 [↑](#footnote-ref-96)
97. Chuai2024 [↑](#footnote-ref-97)
98. Saeed2022 [↑](#footnote-ref-98)
99. Renault2025 [↑](#footnote-ref-99)
100. Nenno2025 [↑](#footnote-ref-100)
101. Drolsbach2024 [↑](#footnote-ref-101)
102. Müller2023 [↑](#footnote-ref-102)
103. Ovadya2022 [↑](#footnote-ref-103)
104. Sehl2024a [↑](#footnote-ref-104)
105. Eichler2022 [↑](#footnote-ref-105)
106. Sehl2023a [↑](#footnote-ref-106)
107. Eichler2022 [↑](#footnote-ref-107)
108. Sehl2024a [↑](#footnote-ref-108)
109. Sehl2023a [↑](#footnote-ref-109)
110. Sehl2024a [↑](#footnote-ref-110)