



© SP/Thomas Gieddels

ARD-VORSITZENDER IM INTERVIEW

## ARD-Chef Fritz Raff: "Es gibt kein Diktat der Quote"

Seite 1 von 2

**(05.11.2008) Beim Wandel der Medien sieht Fritz Raff die öffentlich-rechtlichen Sender auch als inhaltliches und geschmackliches Korrektiv, das unabhängig vom Massengeschmack agieren muss. Das sagte Raff in einem Interview mit Blick auf die Diskussionen, die ihn beim European Television Dialogue Ende November erwarten.**

**Herr Raff, hat Google der ARD eigentlich schon ein Angebot gemacht, die Archive zu digitalisieren und ins Netz zu stellen?**



Von solch einem Angebot weiß ich nichts. Mal abgesehen davon, dass hier Urheberrechtsfragen zu klären sind, ist doch die entscheidende Frage, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk dieses überhaupt will. Denn es kann kaum im Interesse einer freien und unabhängigen Presse sein, wenn Google zu einem Monopolisten des Weltwissens und der Meinungsbildung wird.

**Wer bei Google sucht, klickt meist die ersten drei Treffer an, selbst bei Dissertationen sind es nur die ersten 100. Firmen geben deshalb Millionen aus, um ihre Seiten so zu trimmen, dass sie dort auftauchen. Welchen Anspruch haben da eigentlich ARD und ZDF?**

Es kann nicht Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sein, bei Google auf Platz eins zu landen. Wenn wir da durch die Qualität des Angebots nicht hinkommen, dann macht Google etwas falsch, nicht wir. Ich vertraue darauf, dass die Nutzer wissen, wo sie seriöse und qualitativ hochwertige Ergebnisse bekommen. Deshalb gibt es auch innerhalb unserer Angebote eigene Suchoptionen, die den Nutzer schnell zu Ergebnissen führen.

WERBUNG

**Google ist auch auf dem Weg selbst Inhalte anzubieten. Der Konzern will dies ausbauen, bietet zum Beispiel Berichten zufolge auch um die Internetrechte für die Olympischen Winter Spiele 2014. Droht hier nicht die Gefahr des Aufbaus eines Meinungsmonopols, gegen das die Fusion von Springer und ProSiebenSat.1 beinahe zu vernachlässigen ist?**

Meinungsmonopole sind immer gefährlich, aber der Untergang des Abendlandes droht trotzdem nicht. Es besteht aber die Gefahr, dass immer mehr interessengeleitete Angebote auf den Markt kommen, die nicht von jedem Nutzer gleich durchschaut werden. Dabei bleibt dann die Breite und Unabhängigkeit der Information auf der Strecke. Olympia ist hier ein gutes Beispiel. Wer mit dem Erwerb der Rechte Geld verdienen muss, der wird nur auf massenattraktive Inhalte setzen können, also lieber dreissig Mal das 100-Meter-Finale der Männer zeigen als den Wettbewerb im 50 km Gehen.

**Kann gegen solche Entwicklungen überhaupt mit deutscher respektiver europäischer Medienpolitik gegengesteuert werden?**

Die Medienpolitik hat zumindest die Aufgabe, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Möglichkeiten zu geben, in einer sich verändernden digitalen Medienwelt zu bestehen. Wenn die deutschen und die europäischen Medienpolitiker uns hier mit allzu starren Beschränkungen reglementieren, dann geht das letztendlich zu Lasten der Gebührenzahler und hindert uns an der Erfüllung unseres verfassungsmäßigen und gesellschaftlichen Auftrags.

**In der Diskussion sind derzeit auch die Digitalkanäle von ARD und ZDF. Welche Bedeutung messen Sie diesen Angeboten zu?**

Die ARD selbst hat ja im Sommer 2007 mit ihrer Digitalstrategie eine klarere Profilierung von EinsExtra, EinsPlus und EinsFestival angekündigt. EinsExtra zum Beispiel ist seit zehn Jahren das Digitalprogramm der ARD mit dem Schwerpunkt Information. Deshalb wird EinsExtra neben dem ausgeweiteten Nachrichtenanteil auch weiterhin einen signifikanten Anteil anderer Informationsformen anbieten. Das wird so bleiben.

**Aber würden Sie die Digitalkanäle nicht gerne auch als Spielwiese und Fläche für Experimente nutzen?**

Das ist ein Problem, das eher das ZDF betrifft, nicht die ARD. In unseren Dritten Programmen haben wir diese Spielwiesen, zum Beispiel das „Debüt im Dritten“. Und ich verweise gerne darauf, dass auch Plasberg zunächst im Dritten des WDR seine Sendung hatte und heute ein nicht mehr wegzudenkender Akteur im Ersten ist.

**Lesen Sie auf der nächsten Seite, wie die ARD sich auf die ästhetischen Veränderungen einstellt, mit denen das Medium Fernsehen derzeit konfrontiert wird und wie Fritz Raff zum Massengeschmack steht.**

 **NÄCHSTE SEITE >**

**Es besteht aber oft der Eindruck, dass sich in der ARD neue Formate und gerade solche, die auch ein jüngeres Publikum ansprechen, schwer haben...**



Auch ich empfinde es so, dass es manchmal schneller gehen sollte; dass wir bisweilen auch flexibler sein könnten. Die Frage ist aber doch, welche Konzepte wir wollen. „Türkisch für Anfänger“ ist zum Beispiel eine Grimme-Preis-gekrönte Produktion, die zwar ein wenig gebraucht hat, um ihr Publikum zu finden, die aber langfristig für Qualität und Erfolg steht. Dass Entwicklungen in der ARD manchmal etwas Zeit brauchen, ist systemimmanent und nicht immer negativ. Es bewahrt uns manchmal vor Schnellschüssen.

**Sollte sich die ARD nicht von diesem Diktat der Quote verabschieden, da sie im Zeitalter der Mediatheken zunehmend nur einen Teil des Konsums widerspiegelt?**

Es gibt kein Diktat der Quote. Aber es spricht doch nichts dagegen, mit qualitativ hochwertiger Unterhaltung, Kultur und Information auch noch Erfolg zu haben. Man sollte sein Publikum nicht unterschätzen. Wir werden es uns trotzdem aber auch weiterhin leisten, mal in der Quote nicht vorne zu liegen, dafür aber auch weniger massenattraktive Inhalte zu guter Sendezeit platzieren.

WERBUNG

**Die UFA und andere Firmen entwickeln bereits spezielle fiktionale und nonfiktionale Formate für das Internet. Wird das Ihrer Meinung nach auch mittelfristig Folgen auf die Erzählweisen im Fernsehen haben?**

Es ist schwierig auf eine Entwicklung von morgen schon heute zu antworten. Aber grundsätzlich gilt: Bildsprache und Erzählweise waren nie statisch sondern immer im Fluss. Das wird auch weiterhin so sein. Die neuen Formate im Internet werden aber sicherlich nicht das Medium Film neu erfinden.

**Wenn Experten davon ausgehen, dass künftig der Konsument bestimmt, was gesehen**

**wird, quasi der eigene Programmdirektor wird, sind wir dann nicht auf dem Weg, dass der Massengeschmack noch viel stärker bestimmt, was auf den Bildschirm kommt?**

Das sehe ich zumindest für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht so. Wir haben einen klaren Programmauftrag, den es zu erfüllen gilt, in den klassischen Medien Fernsehen und Hörfunk genauso wie im Internet. Da sind wir dann vielleicht auch als inhaltliches sowie geschmackliches Korrektiv gefragt.

**Wird das Fernsehen nicht endgültig zum Spiegel des Massengeschmacks oder kann es noch eigene Akzente setzen?**

Es muss sogar eigene Akzente setzen, und es kann das auch. Das gilt sowohl in den Bereichen Information und Kultur. Es gilt aber auch bei fiktionalen Angeboten. Ich sehe nicht, warum im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht auch zukünftig hochwertige Produktionen wie „Das Leben der Anderen“, „Contergan“ und „Die Flucht“ realisiert werden sollten.

**Aber haben Sie künftig noch die Möglichkeiten, Kultur, Bildung und Geschmack mitzubestimmen oder hecheln Sie nicht auch schon heute viel zu sehr dem Massengeschmack hinterher?**

Ich sehe nicht, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk dem Massengeschmack hinterher hechelt. Es ist sehr wohl möglich massenattraktive Programmangebote zu machen und trotzdem ein hohes Niveau zu erreichen. Ob das bei der kommerziellen Konkurrenz auch so ist, mögen andere beurteilen.