

PUBLIC VALUE TEXTE



ÖFFENTLICH-RECHTLICHE
QUALITÄT IM DISKURS

WEGGEKÜRZT?

SPAREN IN DER MEDIENWELT

—

WAS AUF DEM SPIEL STEHT

PUBLIC VALUE

... ist die Antwort auf die Fragen:

- Wie erfüllen öffentlich-rechtliche Medien ihren gesetzlichen Funktionsauftrag?
- Was leisten sie für Mediennutzer:innen und die Gesellschaft?
- Welchen Nutzen und Mehrwert schaffen sie für Bürgerinnen und Bürger?
- Wie und wodurch garantieren sie Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit und vertrauenswürdigen Journalismus?

Public Value ist mehr als eine Behauptung.

Daher hat der ORF ein umfangreiches **Qualitätssicherungssystem** etabliert, das die Medienproduktion intensiv analysiert und durch externe, wissenschaftliche Prüfung kontrolliert.

- **Public Value-Berichte** dokumentieren die Medienqualität des ORF anhand der Arbeit seiner Mitarbeiter:innen und konkreter Medienformate in TV, Radio und Online.
- **Public Value-Jahresstudien** widmen sich den Herausforderungen der Zukunft.
- **Publikums- und Expert:innengespräche** garantieren eine externe Reflexion der Medienproduktion des ORF.

Um eine öffentliche und kritische Auseinandersetzung darüber zu führen, hat ORF/Public Value zahlreiche Maßnahmen etabliert:

- Das **DialogForum**, eine Diskussionsreihe mit internationalen Gästen, bietet einen öffentlichen Debattenraum zu unterschiedlichen Fragen öffentlich-rechtlicher Qualität.
- **PUBLIC VALUE TEXTE** veröffentlicht Beiträge von Wissenschaftler:innen und Medienexpert:innen aus aller Welt.
- Die internen Informationsreihen **FAST FORWARD** und **DenkRaum** wenden sich an ORF-Mitarbeiter:innen, um die Herausforderungen der Zukunft zu thematisieren und praxisnah umzusetzen.

Informationen darüber, News aus der Welt der öffentlich-rechtlichen Medien, Videostatements und jede Menge Zahlen, Daten und Fakten zur Medienproduktion des ORF finden Sie auf dem Online-Auftritt von Public Value: **ZUKUNFT.ORF.AT**



HERAUSGEBER UND HERSTELLER:
Österreichischer Rundfunk, ORF, Würzburggasse 30, 1136 Wien

FÜR DEN INHALT VERANTWORTLICH:
ORF-Generaldirektion Public Value

DESIGN:
ORF Marketing & Creation GmbH & Co KG

REDAKTION:
Klaus Unterberger, Konrad Mitschka,
Isabelle Richter



gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens, ORF Druckerei, UW 1237

1. Auflage, © ORF 2026 Reaktionen, Hinweise und Kritik bitte an: zukunft@orf.at

Ursprünglich englischsprachige Texte dieser Ausgabe wurden von Nuria Tomaschek unter Zuhilfenahme der ORF-eigenen Software „Aiditor“ übersetzt.

ZAHLEN LÜGEN NICHT

Entgegen allen Befürchtungen und Sparappellen ist offensichtlich: Es ist genug Geld da. Vor allem in der Welt der Medien: Die Gewinne der US Konzerne Meta & Alphabet beliefen sich 2024 auf 129,3 Milliarden €. Elon Musks Kurznachrichtendienst X wurde von Investoren mit einem Gesamtwert von 44 Milliarden US-Dollar bewertet, die Einnahmen von TikTok stiegen innerhalb eines Jahres um 42%. Das Umsatzwachstum kommerzieller Technologiekonzerne explodierte von 2020 bis 2024 um 66,6%, jene der nicht-europäischen Top 10 Social-Media-Unternehmen um 93,4%. Der Vergleich macht sicher: 1.979 Milliarden € für die zehn größten Techgiganten, 41 Milliarden für den gesamten Sektor der Öffentlich-Rechtlichen, deren reale Einnahmen zwischen 2014 und 2023 um 10,9% sanken. Allein die zehn mächtigsten Digitalkonzerne erwirtschafteten 2024 48mal so viel wie alle 64 öffentlich-rechtlich Medienanstalten in Europa. 2019 stand das Verhältnis noch bei 1:26.

Das ist mehr als eine schiefe Ebene, es ist eine Abbruchkante.

Digitale Technologien haben aufgrund der Dominanz einiger weniger Konzerne eine disruptive Entwicklung der Medienökonomie verursacht, die dramatische Konsequenzen nach sich zieht: Während amerikanische und chinesische Unternehmen Profite in Milliardenhöhe abräumen, werden die finanziellen Ressourcen europäischer Qualitätsmedien konsequent reduziert. Die Folgen sind nicht nur für Verlagshäuser und öffentlich-rechtliche Medien verhängnisvoll: Während eine Handvoll weltweit agierender Unternehmen ausreichend Geld hat, um Kommunikations- und Medientechnologien mit enormer Dynamik innovativ weiterzuentwickeln und sich damit einen beinahe uneinholbaren Vorsprung in der Mediennutzung verschaffen, verlieren Qualitätsmedien in dramatischem Ausmaß an Reichweiten, Relevanz und vor allem an Möglichkeiten in die digitale Zukunft zu investieren. Die Reaktion der Politik ist bemerkenswert: Während die Klagen über Fake News, Filterblasen, über Manipulation und Hetze durch unkontrollierbare künstliche Intelligenz zum allgemeinen Konsens geworden sind, gilt für Qualitätsmedien zeitgleich ein Spardiktat, ausgewiesen als unumgängliches Downsizing. Ist das also die Zukunft: noch weniger Journalist:innen? Noch weniger qualifiziertes Personal in Technik und Produktion? Noch geringere Budgets für Programme? Was als Effizienzsteigerung verordnet wird, führt längst zu einem wahrnehmbaren Verlust an Leistungsumfang und Qualität. Wenn Sparprogramme die „Gürtel enger schnallen“ lassen, bleibt Journalist:innen oft die Luft weg. Längst ist die ungebremste Ressourcenkürzung zur Qualitätsfrage der Medien geworden.

Kann das gut gehen? Kann sich Europa medientechnologisch gegenüber den digitalen Giganten behaupten, wenn die notwendigen Investitionen global agierenden Geschäftsmodellen überlassen bleiben, während die europäische Medieninfrastruktur nicht gestärkt, sondern im Gegenteil durch Ressourcenkürzungen massiv eingeschränkt wird? Erodiert mit der dramatischen Schwächung des Qualitätsjournalismus nicht zugleich die Grundlage funktionierender Demokratie, die auf überprüfbarer Information beruht und nicht auf Fake News und Hate Speech, auf qualifizierten Journalist:innen und nicht auf unkontrollierbarer künstlicher Intelligenz?

Diesen Fragen widmen sich im folgenden Band insgesamt 18 europäische Medienexpert:innen. Sie analysieren die Folgen der medienwirtschaftlichen Transformation, vermitteln einen europaweiten Überblick über die Folgen der Ressourcenkürzungen, skizzieren den Abwehrkampf der Schweizer SRG gegen die „Halbierungsinitiative“ ebenso wie die aktuelle Lage in Deutschland, Österreich, Frankreich und den Ländern Südosteuropas. Das Spektrum betroffener Länder und Medienunternehmen ist damit längst nicht vollständig, die Analysen geben aber Einblick in die medienwirtschaftliche Realität öffentlich-rechtlicher Medien in Europa, die als Grundversorgung der Menschen mit vertrauenswürdiger Information und gehaltvoller Unterhaltung etabliert wurde, als Gegengewicht zu kommerziellen Interessen und manipulativer Propaganda, im aktuellen politischen Zeitgeschehen repräsentiert durch oligarchische Regierungschefs und exzentrische Eigentümer, die offen vom Ende der Demokratie sprechen.

Was also tun? Dafür findet sich auch im Folgenden kein Rezept. Die Beiträge der Autor:innen liefern jedoch Analysen, Einblicke und Kommentare, die als Weckruf und Inspiration wirken könnten: Was dem Spardiktat argumentativ entgegengesetzt werden könnte. Warum Qualitätsmedien nachhaltig finanziert werden sollten. Wie Europa den digitalen Giganten nicht nur durch wortreiche Bekenntnisse der Politik standhalten kann. Was tatsächlich auf dem Spiel steht. Wie aus Shareholder Value auch in der Welt der Medien wieder Public Value werden könnte.

KLAUS UNTERBERGER KONRAD MITSCHKA
ORF GENERALDIREKTION PUBLIC VALUE

INHALT

DEFUND BIG TECH, REFUND PUBLIC SERVICE MEDIA JOAN PLA VIVOLES, ØSTFOLD UNIVERSITY COLLEGE	06
WAS KÜRZUNGEN KOSTEN KÖNNEN DR. ^{IN} NATALIA BEREGOI, UNIVERSITÄT MOLDAU & EUROPEAN BROADCASTING UNION	10
PSM UNDER UNPRECEDENTED ATTACK DIR. RENATE SCHROEDER, EUROPÄISCHE JOURNALISTEN-FÖDERATION	15
INFORMATION ALS RECHT, RESSOURCE UND ÖFFENTLICHES GUT MAG. ^A CLAUDIA ISEP, ÖSTERREICHISCHE UNESCO-KOMMISSION	19
DEFUNDING PUBLIC SERVICE MEDIA: DEFUNDING CAPABILITIES? FH.-PROF. PRIV.-DOZ. DR. MICHAEL LITSCHKA, FH ST. PÖLTEN	24
WENN BUDGETS ZUR POLITIK WERDEN: ÖFFENTLICH-RECHTLICHE MEDIEN AN EINEM SCHEIDEWEG PROF. ^{IN} DR. ^{IN} STEPHANIE SCHIEDERMAIR, UNIVERSITÄT LEIPZIG	28
KÜHNE VISIONEN STATT ABBAUDISKUSSIONEN: VON PUBLIC SERVICE MEDIA ZU PUBLIC SERVICE INFRASTRUCTURE PROF. DR. MANUEL PUPPIS & SABRINA HEILAND, UNIVERSITÄT FREIBURG	33
SPIRALE NACH OBEN PROF. DR. CHRISTIAN ZABEL, TECHNISCHE HOCHSCHULE KÖLN	37
(UN-) SCHÖNE NEUE WELT? AUSWIRKUNGEN DER KÜRZUNGEN FINANZIELLER MITTEL BEIM ÖFFENTLICHEN RUNDFUNK PROF. DR. MATTHIAS KÜNZLER & KARL LARSSON, FREIE UNIVERSITÄT BERLIN	41
ZUR FINANZIERUNG DES ORF ALS UNABDINGBARE INVESTITION IN EINE RESILIENTE DEMOKRATISCHE GESELLSCHAFT MMAG. ^A DR. ^{IN} CORNELIA WALLNER, UNIVERSITÄT WIEN	45
DIALOG ALS INVESTMENT: MASSNAHMEN FÜR MEDIEN DER ZUKUNFT DR. TOBIAS EBERWEIN & MAG. ^A MARIE RATHMANN, ÖSTERR. AKADEMIE DER WISSENSCHAFTEN	49
BLOSS KEIN HÜHNERFERNSEHEN! UNIV.-PROF. DR. JOSEF TRAPPEL, UNIVERSITÄT SALZBURG	53
ZWISCHEN UNABHÄNGIGKEIT UND ANPASSUNG BORIS BERGANT, EHEM. VIZEPRÄSIDENT DER EUROPEAN BROADCASTING UNION	56
MEDIEN UND DEMOKRATIE UNIV.-PROF. ^{IN} DR. ^{IN} HILDE VAN DEN BULCK, DREXEL UNIVERSITY PHILADELPHIA	61
WARUM WIR EIN PUBLIC SERVICE-INTERNET BRAUCHEN, NICHT DIE DEFINANZIERUNG ÖFFENTLICHER MEDIEN UNIV.-PROF. DR. CHRISTIAN FUCHS, UNIVERSITÄT PADERBORN	66

WARUM WIR EIN PUBLIC SERVICE- INTERNET BRAUCHEN, NICHT DIE DEFINANZIERUNG ÖFFENTLICHER MEDIEN

UNIV.-PROF.DR. CHRISTIAN FUCHS
UNIVERSITÄT PADERBORN

Definanzierung öffentlicher Medien (PSM)

Im Mai 2025 unterzeichnete Donald Trump eine Exekutivanordnung zur Beendigung der öffentlichen Finanzierung von PBS und NPR. Die Politik behauptet, dass PBS und NPR nicht „fair, genau, unvoreingenommen und unparteiisch“ seien und charakterisiert die beiden US-amerikanischen öffentlichen Medien im Titel („Beendigung der Steuerzahler-Subventionierung voreingenommener Medien“) als „voreingenommene Medien“ (Das Weiße Haus 2025). Im Jahr 2024 stimmten 55,4 % der Wähler in einem Referendum für die Defianzierung von Radio Liechtenstein, dem öffentlichen Dienstmedium Liechtensteins. Das Referendum wurde von Demokraten pro Liechtenstein (DpL), einer rechtspopulistischen Partei, initiiert, die argumentierte, das Ziel der Initiative sei es, „Radio Liechtenstein zu privatisieren“ (1FLTV 2024), da die öffentliche Finanzierung „viel zu viel Geld“ für PSM bereitgestellt hätte (Liechtensteiner Vaterland 2024, 17:34-17:36). Im Jahr 2018 wurden 71,8 Prozent der Stimmen in einer Volksinitiative gegen den Vorschlag abgegeben, die Schweizer Lizenzgebühr abzuschaffen. Libertäre Politiker und Aktivisten starteten die Initiative. Ein zentrales Argument der Initiatoren war, dass „man nicht für etwas bezahlen sollte, das man nicht bestellt hat“ (No-Billag-Initiative 2018, 6). In Großbritannien erklärt Nigel Farages Reformpartei in ihrem politischen Programm: „Die weltfremde verschwenderische BBC ist institutionell voreingenommen. Die TV-Lizenz ist Besteuerung ohne Vertretung. Wir werden sie abschaffen. In einer Welt des On-Demand-Fernsehens sollten die Menschen frei wählen können“ (Reform UK 2024, 22). Die Alternative für Deutschland fordert in ihrem Programm, dass die „Zwangsfianzierung von PSM sofort abgeschafft und in Pay-TV umgewandelt werden muss“ (Alternative für Deutschland 2016, 48). In Frankreich fordert der Rassemblement National, „den öffentlichen Rundfunk zu privatisieren, um die Lizenzgebühr von 138 € zu eliminieren“ (Rassemblement National 2022). In ihrem Parlamentswahlprogramm 2024 begründete die französische Partei die Forderung, den „öffentlichen Rundfunk zu privatisieren“, damit, dass sie „die öffentlichen Ausgaben rationalisieren“ und „öffentliche Agenturen straffen“ wolle (Rassemblement National 2024). Die Liste der Forderungen und Initiativen zur Defianzierung von PSM könnte noch lange fortgesetzt werden, aber wir müssen hier aufhören.

Diese Beispiele reichen aus, um drei Umstände zu veranschaulichen. Erstens werden Forderungen zur Definanzierung von PSM oft von rechts-extremen und libertären Parteien, Initiativen, Politikern und Aktivisten geäußert und praktiziert. Zweitens wird oft das politische Argument vorgebracht, dass PSM voreingenommen und politisch kontrolliert seien. Drittens wird häufig das wirtschaftliche Argument genutzt, dass der Markt alle Medienangebote regeln sollte und dass Lizenzgebühren den freien Markt verzerren.

Definanzierung der Demokratie

Egal, ob die Lizenzgebühr oder PSM abgeschafft werden, die Konsequenz ist dieselbe: das Verschwinden der öffentlich-rechtlichen Medien und die Verarmung der Demokratie und der öffentlichen Sphäre. PSM können nicht durch reine marktbasierende Finanzierung überleben. Dass sie gemeinnützig und nicht marktbasierend sind, ist ein wesentlicher Bestandteil der Existenz von PSM. Eine solche öffentliche Wirtschaft ist eine materielle Grundlage für die Unabhängigkeit und den demokratischen Auftrag von PSM. Daher fordern diejenigen, die die Privatisierung oder Vermarktung von PSM fordern, tatsächlich die Abschaffung von PSM.

Warum tun sie das? Es gibt neoliberale und autoritäre Rechtfertigungen. Einige der Akteure, die die Definanzierung von PSM befürworten, glauben wirklich, dass der Markt das beste, einzige, machbare oder am meisten tragfähige Mittel zur Organisation der Gesellschaft ist, einschließlich der Medienwelt. Die Neoliberalen übersehen, dass Märkte und Waren negative Eigenschaften haben und dass es bestimmte Güter gibt, einschließlich Infrastrukturen, bei denen das Risiko von Marktversagen sehr hoch ist. Ein rein marktbasierendes Mediensystem kann leicht zu einer kolonisierten öffentlichen Sphäre führen, in der Nachrichtenproduktion und öffentliche Meinung von den Stimmen der Reichen und Mächtigen, einschließlich Medienbaronen, großen Konzernen und großen Werbetreibenden, dominiert werden und in der Boulevardunterhaltung über Nachrichten und Bildung dominiert und Nachrichten und Bildung in Spektakel verwandelt. Andere Akteure, die PSM definanzieren wollen, tun dies aus politischen Gründen. Sie wollen aktiv Akteure zum Schweigen bringen oder unterdrücken, die kritische Fragen zu Autoritarismus, Rassismus, Nationalismus und der extremen Rechten stellen. PSM sind wie Universitäten, Qualitätsmedien, Einwanderer, Liberale, Sozialisten, Gewerkschaften, Geschlechterrechtsaktivisten, Menschenrechtsorganisationen, Verbraucherschützer, Umweltschützer usw. Teil der Sündenböcke und Feinde, die die Autoritären konstruieren. Autoritäre lehnen die Ideen von Gerechtigkeit, Gleichheit, Solidarität, universellen Menschenrechten und letztlich Demokratie ab. Was sie anstreben, ist nicht

so sehr eine dunkle Aufklärung (Land 2023), sondern das Zurückrollen aller progressiven Aspekte der Aufklärung als solche. Sie bilden eine Anti- und Gegenaufklärungsbewegung. Neben neoliberalen und autoritären Rechtfertigungen finden wir auch die Kombination beider in Form von neoliberalen Autoritarismus und autoritärem Neoliberalismus. Solche Akteure befürworten die Kombination von Unternehmensmacht und autoritärer politischer Führung, Marktradikalismus und Diktatur, Kapitalismus und Faschismus. Solche Kräfte lehnen PSM ab, indem sie argumentieren, dass PSM voreingenommen und Geldverschwendung seien.

Die Zerstörung der (digitalen) Öffentlichkeit

Welche Auswirkungen hat die Deffinanzierung von PSM auf die Gesellschaft insgesamt? Erstens gibt es wirtschaftliche Auswirkungen. Die Medienwirtschaft wird zentralisierter, kommerzialisierter, vermarkteter und kommodifizierter. Medienkapitalismus kolonisiert und dominiert absolut die Medienwelt. Wirtschaftliche Zentralisierung und Unternehmensmonopolisierung sind die Folgen. Zweitens gibt es politische Auswirkungen auf die Gesellschaft. Die Medien bieten Güter an, die qualitativ anders sind als andere Güter wie Autos, Lebensmittel oder Mode. Sie veröffentlichen Informationen, die in der öffentlichen Sphäre, öffentlichen Gesprächen und der Bildung der öffentlichen Meinung von Bedeutung sind. Die Abschaffung von PSM trägt unvermeidlich zur Privatisierung der öffentlichen Sphäre bei. Eine privatisierte öffentliche Sphäre wird von privaten Medienbesitzern, großen Konzernen, Werbetreibenden, Prominenten und den Mächtigen dominiert, die über große Lobby- und PR-Budgets verfügen. Private Kapitalbesitzer gewinnen Macht über öffentliche Stimmen, Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit. Sie können wirtschaftliches Kapital nutzen, um politischen Einfluss und kulturellen Ruf zu erlangen. Die Stimmen weniger mächtiger Gruppen und Einzelpersonen werden dann einfach nicht oder kaum repräsentiert und gehört. Die Folge ist die unternehmerische Kolonisierung der öffentlichen Sphäre.

PSM haben Probleme. Sie sind oft zu bürokratisch, langweilig, für junge Menschen unattraktiv, imitieren das Management großer Konzerne und sind nicht im Einklang mit digitalen Innovationen. Darüber hinaus haben sie oft Governance-Strukturen, die zu viel politischen Einfluss und zu wenig Einfluss der Zuschauer und PSM-Mitarbeiter, insbesondere Journalisten, aufweisen. Wir müssen und sollten PSM nicht unkritisch feiern, sondern konstruktiv kritisch und kritisch unterstützend sein. Aber aus den Problemen von PSM zu schließen, dass sie abgeschafft werden sollten, bedeutet, das Kind mit dem Bade auszuschütten. Indem wir PSM verwerfen,

riskieren wir, die demokratische Öffentlichkeit loszuwerden und eine feudalisierte und kolonialisierte Öffentlichkeit zu fördern, die von Autokraten und Plutokraten, Macht und Geld, Ideologie und Handel regiert wird. Trotz aller berechtigten Kritik bieten PSM qualitativ hochwertige Nachrichten, Bildungsinhalte und Unterhaltung. Sie sind wichtig für die Demokratie. Wir müssen PSM reformieren, nicht abschaffen. Sie sind Teil der Medien, die die materielle Grundlage haben, um weitgehend unabhängig von Unternehmens-, Staats- und ideologischer Macht zu sein.

In der Welt der Internetplattformen können wir beobachten, wohin die Dominanz kapitalistischer Macht über öffentlichen Dienst und Gemeinschaftsorientierung führt. Die Internet- und digitale Medienkultur wird von einer kleinen Anzahl von US-amerikanischen und chinesischen digitalen Giganten dominiert: Google/Alphabet, Facebook/Meta, ByteDance, Amazon, Netflix, Alibaba, Apple, Microsoft, X und Tencent. Chinesische und US-amerikanische digitale Konzerne unterscheiden sich darin, dass die US-amerikanischen digitalen Giganten auf dem Modell des neoliberalen digitalen Kapitalismus basieren und die chinesischen digitalen Giganten auf dem Modell des digitalen Staatskapitalismus (siehe Fuchs 2024). Sie haben gemeinsam, dass sie gewinnorientiert arbeiten, Manifestationen des globalen digitalen Kapitals sind und die Information und Kommunikation in der öffentlichen Sphäre beeinflussen.

Insbesondere zeichnen sie sich durch viel Fehlinformationen, Fake News, die Verbreitung autoritärer Ideologie, Post-Truth-Kultur, Online-Hass, digitale Beschleunigung, die keine Zeit für Debatten lässt, Echo-kammern, Datenschutzverletzungen durch digitale Überwachung, KI-generierte algorithmische Politik, die menschliches Handeln herabstuft, digitale Boulevardkultur, die Dominanz von Werbung und Unterhaltung über Nachrichten und Bildung und die Zentralität von Influencern aus, die Werbeflächen in Form von audiovisuellen Produktplatzierungen verkaufen (Fuchs 2024). Darüber hinaus tolerieren viele dieser Plattformen, ihre Besitzer und Manager zumindest die Verbreitung autoritärer Politik oder unterstützen sie aktiv. Ein autoritäres Internet ist das Ergebnis der Fusion von digitalem Kapitalismus und digitaler Diktatur.

Die europäische Medienlandschaft unterscheidet sich von der US-amerikanischen und der chinesischen. In ihr haben PSM lange eine wichtige Rolle als Gegenkraft zur Unternehmensdominanz gespielt. Das europäische PSM-Modell hat sich dem gemeinnützigen Rundfunk mit qualitativ hochwertigem Journalismus und Inhalten verschrieben und ist bestrebt, das Verständnis von Demokratie und demokratischer öffentlicher Debatte zu fördern. Genau ein solcher öffentlicher Dienstethos und ein solches

Modell fehlen weitgehend in der Welt des Internets. Die Deffinanzierung von PSM birgt das Risiko, dass der Rundfunk zu einer weiteren Version von Boulevardmedien wird, die von Reality-TV, Influencern, Prominenten, Skandalen, Soundbites, Oberflächlichkeit und Polarisierung dominiert wird.

**Hin zu einem Public-Service-Internet:
Der Wiederaufbau der (digitalen) Öffentlichkeit**

Wir brauchen genau das Gegenteil der Deffinanzierung von PSM und des Zurückdrängens der Logik von PSM. Demokratie erfordert nicht nur starke PSM, sondern auch die Schaffung und materielle Untermauerung eines öffentlichen Dienst-Internets: „Das Public-Service-Internet basiert auf Internetplattformen, die von einer Vielzahl öffentlich-rechtlicher Medien betrieben werden und den öffentlich-rechtlichen Auftrag ins digitale Zeitalter in Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft, einzelnen Mediennutzern, Bürgern und dem kreativen, kulturellen und Bildungssektor tragen. Das Public-Service-Internet fördert die Demokratie. Es stärkt die öffentliche Sphäre. Es unterstützt aktives Bürgertum, indem es umfassende Informationen und Analysen, Vielfalt der sozialen Repräsentation und kreativen Ausdruck sowie erweiterte Partizipationsmöglichkeiten bietet. Public-Service-Internetplattformen können neue und junge Kreative unterstützen, die die Kulturindustrien von morgen aufbauen und den sozialen Zusammenhalt fördern“ (Fuchs und Unterberger 2021, 10-11).

In der digitalen Welt gibt es eine Reihe von Projekten, wie Wikipedia, Mastodon, Plattformgenossenschaften, die Freie-Software-Bewegung, Creative Commons oder Diamond Open Access, die zeigen, dass digitale Medien jenseits kapitalistischer Macht möglich und machbar sind. PSM haben es noch nicht richtig ins digitale Zeitalter geschafft. Durch die Erweiterung der Finanzierungsbasis von PSM, die Ausweitung ihrer Reichweite in die Welt der digitalen Plattformen und die Förderung von öffentlichen/gemeinschaftlichen Partnerschaften von PSM und nicht-kapitalistischen Internetprojekten könnte eine demokratische Alternative zum autoritären Kapitalismus der digitalen Giganten geschaffen werden. Dies zu tun bedeutet nicht nur, die Deffinanzierung und Abschaffung von PSM und anderen Qualitätsmedien in Frage zu stellen, sondern die Logik von PSM auf die digitale Welt auszuweiten.

Dies erfordert öffentliche Finanzierung, institutionelle Unterstützung, die Beteiligung von Bürgern und Medienarbeitern, neue Strukturen der Selbstverwaltung, ein Engagement für Unabhängigkeit von Kapital, politischer Macht und Ideologie, Medienreformen, die internationale Vernetzung von PSM in gemeinsamen Projekten und Plattformen sowie Partnerschaften zwischen PSM und digitalen Gemeinschaftsprojekten (Fuchs 2024).

Ein anderes Internet und eine andere Medienwelt sind dringend notwendig. Wir müssen jetzt neue Initiativen für demokratische Medien schaffen, bevor es zu spät ist.

Literatur

- 1FLTV. 2024. Interview mit Thomas Rehak. <https://www.facebook.com/watch/?v=1124363146112120>
- Alternative für Deutschland. 2016. Programm für Deutschland. Berlin: AfD. https://www.afd.de/wp-content/uploads/2023/05/Programm_AfD_Online_.pdf
- Fuchs, Christian. 2024. Social Media: A Critical Introduction. London: Sage. Fourth edition.
- Fuchs, Christian and Klaus Unterberger, eds. 2021. The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto. London: University of Westminster Press. DOI: <http://doi.org/10.16997/book60>
- Land, Nick. 2023. The Dark Enlightenment. Perth: Imperium Press.
- Liechtensteiner Vaterland. 2024. DpL-Präsident Thomas Rehak zur Abstimmung über die Privatisierung von Radio L- <https://www.vaterland.li/fotosvideos/videos/vaterlandtv/dpl-praesident-thomas-rehak-zur-abstimmung-ueber-die-privatisierung-von-radio-l-sts-2266>
- No-Billag-Initiative. 2018. Argumentarium Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren (Billag-Gebühren). https://swissvotes.ch/attachments/3b192024c5e9aeb2800096a0caea6a009778c5a13bff0_d639f307e2fd49d8865
- Rassemblement National. 2024. Bardella Premier Ministre. Un project, une méthode. <https://rassemblementnational.fr/documents/202406-programme.pdf>
- Rassemblement National. 2022. 22 mesures pour 2022. <https://rassemblementnational.fr/22-mesures>
- Reform UK. 2024. Our Contract With You. https://assets.nationbuilder.com/reformuk/pages/253/attach-ments/original/1718625371/Reform_UK_Our_Contract_with_You.pdf?1718625371
- The White House. 2025. Ending Taxpayer Subsidization of Biased Media. <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/05/ending-taxpayer-subsidization-of-biased-media/>

PUBLIC VALUE STUDIE

Die Rolle öffentlich-rechtlicher Medien im Internet

Victor Mayer-Schönberger (Oxford University)

Die volkswirtschaftlichen Effekte des ORF-Fernsehens

Matthias Firgo, Oliver Fritz (WIFO),

Gerhard Streicher (Joanneum Research)

Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag

Gabriele Siegert, M. Bjorn von Rimscha, Christoph Sommer (Universität Zürich)

Public Network Value

Thomas Steinmaurer, Corinna Wenzel (Universität Salzburg)

Generation What

Mag. Daniel Schönherr, SORA

Public Social Value

u. a. Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Sonja Kretzschmar (Universität München)

Prof. Graham Murdock (Loughborough University)

Univ.-Prof. Dr. Jens Lucht, Univ.-Prof. Dr. Mark Eisenegger (Universität Zürich)

Der Auftrag: Bildung im digitalen Zeitalter

u. a. Prof. Dr. Hartmut Rosa, Universität Jena

Dr.ⁱⁿ Maren Beaufort, ÖAW

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Katharine Sarikakis, Universität Wien

Prof. Dr. Bernhard Pörksen, Universität Tübingen

Der Auftrag: Demokratie

u. a. von Prof. Dr. Bernd Holznapel (Universität Münster)

Univ.-Prof. Dr. Christian Fuchs (University of Westminster)

Univ.-Prof. Dr. Stephen Cushion (Cardiff University)

PUBLIC VALUE INTERNATIONAL

Under Attack - Populism & Public Service Media: verschiedene Autor:innen zur Frage, wie öffentlich-rechtliche Medien ihre Unabhängigkeit verteidigen können

PUBLIC VALUE TEXTE

Quelle vertrauenswürdiger Informationen

Univ.-Prof. Dr. Dieter Segert, Texte 1

Medien-Unterhaltung als Service Public

Univ.-Prof. em. Dr. Louis Bosshart, Texte 12

Das Naserümpfen der Eliten

Mag.³ Dr.ⁱⁿ Karin Pühringer, Texte 11

Die komplexe Welt erklären

Dir. Uwe Kammann, Texte 4

Kultur im Fernsehen

Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas, Texte 10

Nur was wirkt, hat Wert

Dir. Prof. Dr. Helmut Scherer, Texte 5

Österreichwert oder mehr Wert

Dr. Georg Spitaler, Texte 11

Welche Diversität für welchen Public Value?

Mag.³ Dr.ⁱⁿ Petra Herczeg, Texte 7

Zum Systemrisiko der Demokratie

Univ.-Prof. Dr. Kurt Imhof, Texte 3

Zwischen Auftrag und Kommerzialisierung

Univ.-Prof. Dr. Minas Dimitriou, Texte 11

Identität und Medien

Univ.-Prof. Dr. Karl Vocelka, Texte 3

Public Value

DDR.ⁱⁿ Julia Wippersberg, Texte 2

Public Value als Wertschöpfungsbegriff?

Univ.-Prof. Mag. DDR. Matthias Karmasin, Texte 6

Channelling diversity

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Gunilla Hultén, Texte 13

Crisis or dismantlement?

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Isabel Fernández-Alonso und

Dr. Marc Espin, Texte 13

Den öffentlichen Rundfunk entfesseln

Dr. Vinzenz Wyss, Texte 13

Eurovision and the „new“ Europe

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Karen Fricker, Texte 14

Pluralism and public service media

Petros Iosifidis, Texte 13

The four horsemen of the post-broadcast era

Univ.-Prof. Dr. Marko Ala-Fossi, Texte 13

We are all Greeks

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Katharine Sarikakis, Texte 9

Auf dem Weg zum Publikum

Dr. Florian Oberhuber, Texte 8

