

ÖFFENTLICHKEIT 4.0

Die Zukunft der SRG im digitalen Ökosystem

Karin Frick, Jakub Samochowiec, Detlef Gürtler

Impressum

AutorInnen

Karin Frick, Jakub Samochowiec, Detlef Gürtler

Mitarbeit

Marta Kwiatkowski

Redaktion

Detlef Gürtler

Lektorat

Supertext

Illustration

Jens Bonnke

Grafik

Cleverclip

Layout

Sabrina Storchenegger

GDI Research Board

David Bosshart, Karin Frick, Alain Egli, Martina Kühne, Detlef Gürtler,
Jakub Samochowiec, Daniela Tenger, Marta Kwiatkowski, Bettina Höchli

© GDI 2016

Herausgeber

GDI Gottlieb Duttweiler Institute

Langhaldenstrasse 21

CH-8803 Rüschlikon/Zürich

www.gdi.ch

Im Auftrag von

SRG SSR

Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft

Inhalt

- 2 **Zusammenfassung**
- 4 **Alles wird anders und nichts ist mehr unmöglich**
- 9 **Strukturwandel der Öffentlichkeit 4.0**
- 9 Branche → Funktion → Geschäftsmodell → Software → Plattform
- 12 Plattform → Monopol → Service public
- 19 **Multiple Stress – das Medien-Ökosystem im Mehrfachwandel**
- 22 Menschen in der digitalen Vernetzung
- 26 Umwälzung der Marktbedingungen
- 33 Technologien als Treiber des Wandels
- 37 **Zukunftspotenziale für die SRG**
- 37 Experiment
- 42 Demokratie
- 50 Bildung
- 54 **Fazit**
- 58 **Anhang**

Wir stehen vor radikalen Umbrüchen. Wie wir produzieren, distribuieren und konsumieren, ja wie wir leben, arbeiten und uns begegnen werden – all das definiert sich neu. In solchen Situationen sind historische Vergleiche reizend, aber auch gefährlich. Stehen wir etwa vor einem softwaregetriebenen Wandel, der nur mit der Einführung der Schriftsprache oder der des Geldes verglichen werden kann, aber viel mächtiger ist, weil die Software intelligenzgetrieben und lernfähig ist? Das Schlagwort Industrie 4.0 versucht, diese Entwicklungen in Bezug auf die produzierende Industrie festzuhalten. Öffentlichkeit 4.0 dagegen versucht die Umrisse des kommenden Ökosystems für die Medienbranche auszuloten, in der nicht nur Geld verdient wird, sondern die auch einen öffentlichen Auftrag zu erfüllen hat.

Zusammenfassung

Die Digitalisierung stellt die Medienwelt auf den Kopf. Neue Technologien führen zu neuen Medienformaten, sie verändern Nutzungsverhalten und Wettbewerbsbedingungen. Das grosse, integrierte, Inhalte produzierende Medienhaus verliert dank der Vernetzung seine Alleinstellung. Nutzer konsumieren nicht mehr nur, sondern nehmen zunehmend auch aktiv am Medienprozess teil – sie werden somit selbst zum Medienunternehmen. Praktisch ohne eigene Inhalte zu produzieren werden Plattformen wie YouTube, Twitter und Facebook zu dominanten Medienunternehmen, indem sie fremde Inhalte einfach zugänglich machen.

Die Gefahr von solchen Plattformen besteht darin, dass sie zu Monopolbildung neigen. Je mehr Nutzer eine Plattform hat, desto interessanter ist sie und desto mehr Nutzer wollen auf diese Plattform,

was eine Monopolisierung begünstigt. Besonders bei Nachrichten ist das problematisch, weil dadurch kanalisiert werden kann, wie die Welt erzählt und verstanden wird. Das kann zu einer Einschränkung in der Vielfalt und Qualität der verbreiteten Meinungen führen sowie zu einem Auseinanderdriften der Gesellschaft, wenn Plattform-Algorithmen Individuen in separierte digitale Realitäten versetzen (sogenannte Filter-Bubbles – unterstrichene Begriffe sind im Glossar erläutert). Die Entfremdung zwischen einzelnen sozialen Gruppen sowie insbesondere zwischen Eliten und der breiten Bevölkerung verschärft sich, wenn man sich vermehrt in unterschiedlichen mentalen Räumen aufhält.

Ein medialer Service public hat die Aufgabe, diese verschiedenen Bevölkerungsgruppen miteinander zu verbinden. Für die SRG geht es da-

rum, einen finanziell und politisch unabhängigen Knotenpunkt darzustellen, der die Diskussion zwischen den gesellschaftlichen Gruppen fördert. Die Integrationsleistung wird zum wichtigsten Qualitätsmerkmal: In welchem Masse kann die SRG einen Diskurs anregen und unterschiedliche Akteure integrieren?

So dynamisch und interaktiv, wie sich der Markt der audiovisuellen Medien national und international darstellt, eröffnen sich der SRG neue Segmente und Perspektiven, wenn sie sich den Wettbewerbsvorteil junger Anbieter von neuen Medien zunutze macht: Sie können schnell und günstig experimentieren. In einem so traditionsreichen Unternehmen wie der SRG ist es wichtig, dass neue Entwicklungen nicht von bestehenden Strukturen absorbiert und damit im Keime erstickt werden. Zentrale Elemente hierfür sind der Abbau hierarchischer Strukturen und das Einführen eines Experimentalmodus, der Projektgruppen technische, inhaltliche und ökonomische Freiräume gewährt.

Freiräume sind darüber hinaus für den Umgang mit der Aussenwelt von entscheidender Bedeutung. Wenn der Nutzer nicht mehr nur Konsument, sondern auch Produzent ist, wird es unerlässlich, ihm die Mitarbeit zu ermöglichen sowie Projekte von Nutzern zu fördern. Unabhängig von Art und Intensität der jeweiligen Zusammenarbeit wird hierdurch das direktdemokratische Prinzip in einer digitalen Umwelt umgesetzt. Nicht nur über Inhalte, sondern auch über grundsätzliche Ausrichtungen kann dank moderner Informationstechnologie landesweit diskutiert werden – Service public kann dadurch zu einem Begriff werden, der sich in ständigem Wandel befindet und immer wieder neu mit Leben gefüllt wird.

Ein zusätzliches Aufgabenfeld können Service-public-Medien im Bildungsbereich besetzen. Da auch Schulen und Universitäten im Zuge der Digitalisierung vermehrt zu Medienunternehmen werden, kann die SRG mit ihren Kernkompetenzen und ihrem Bildungsauftrag dazu beitragen, deren Lerninhalte digital und/oder audiovisuell aufzubereiten. Digitale Technologie erlaubt einen Austausch und ein gemeinsames Erarbeiten neuer Lehrinhalte, wie es bei Wikipedia der Fall ist.

Die Digitalisierung erfordert von der SRG technische, inhaltliche, organisatorische und mentale Veränderungen. Um eine mediale Zukunft mitgestalten zu können, muss auch ein regulatorischer Rahmen bestehen, der keine technologischen Einschränkungen festlegt, da Gesetze dem technologischen Fortschritt immer hinterherhinken.

Unter den passenden regulatorischen Rahmenbedingungen aber kann die SRG der Ort werden, an dem unterschiedliche Teile der Gesellschaft sich miteinander austauschen, anstatt in ihren eigenen digital separierten Realitäten (Filter-Bubbles) voneinander wegzudriften. Die SRG kann diese Filter-Bubbles zerplatzen lassen – oder sie zumindest miteinander konfrontieren. Die SRG kann dazu beitragen, die direkte Demokratie unter digitalen Voraussetzungen neu zu definieren.

Der Auftrag der SRG kann durch die Digitalisierung besser erfüllt werden als jemals zuvor.

© GDI 2016

Herausgeber:
GDI Gottlieb Duttweiler Institute
Langhaldenstrasse 21
CH-8803 Rüschlikon / Zürich
Telefon +41 44 724 61 11
info@gdi.ch
www.gdi.ch