

Prof. Dr. Kai Gniffke, Vorsitzender der ARD

Festrede zum Wartburg-Fest der Demokratie

18. Oktober 2024

**Mut statt Unterwerfung! Warum deutsche Wettbewerber im  
Zeitalter von Big Tech kooperieren müssen**

## Wartburg-Fest der Demokratie

### 0. Begrüßung

Eisenach! Wartburg! Nicolaikirche! Es ist mir eine Ehre, anlässlich des Wartburgfests der Demokratie sprechen zu dürfen. Dabei habe ich bewusst den Titel „Mut statt Unterwerfung“ gewählt.

Ich muss all diejenigen enttäuschen, die eine Rede erwarten, in der ich beschreibe, wie schwierig die Zeiten, wie schlecht die Stimmung und wie komplex die Probleme sind. Auch die, die von mir heute etwas zur Beitragsfestsetzung und 58 Cent hören möchten, werden nicht auf ihre Kosten kommen.

Das Wartburgfest ist eine Gelegenheit, darüber zu sprechen, ob wir mit deutschen Tugenden vielleicht dazu beitragen können, die Welt ein Stück besser zu machen – mit Mut, Erfindergeist, Ingenieurskunst und klaren Wertevorstellungen. Dabei gliedere ich meinen Vortrag von etwa 30 Minuten in vier Abschnitte:

Zuerst möchte ich erläutern, warum ich Demokratie, also den Markt der Meinungen, für die beste Regierungsform der Weltgeschichte halte. Nach dem Markt der Meinungen möchte ich zweitens über den globalen Markt der Medien sprechen. Drittens möchte ich meine Vision einer souveränen deutschen Medienlandschaft entwickeln, um dann viertens Ihnen vorzustellen, was die ARD dafür tut, genauer gesagt, was die „Neue ARD“ dafür tut.

### 1. Wert der Demokratie

Eine Rede von mir zum Wartburg-Fest der Demokratie muss beginnen mit einer Liebeserklärung an die Demokratie. Ja, ich habe ein emotionales Verhältnis zu unserem Land, zu unserer Art zu leben und der Möglichkeit, hier alles und jeden kritisieren zu dürfen und sogar Regierungen abzuwählen. Und das haben ja hier in Thüringen einige in „bemerkenswerter Weise“ jüngst getan.

Am treffendsten hat es für mich Ephraim Kishon gesagt: „die Demokratie ist bekanntlich das beste politische System, weil man es ungestraft beschimpfen kann.“

Ich war in meinem Leben schon sehr oft wählen, doch jedes Mal ist es für mich ein besonderer Moment, zu wissen, dass am gleichen Tag Millionen Deutsche deutlich machen, wie es in diesem Land weitergehen soll. Das berührt mich immer wieder. Denn der Mensch ist frei geboren und möchte sein eigenes Schicksal mitbestimmen. Kaum ein Gefühl ist unangenehmer, als fremdbestimmt zu sein und sich hilflos Mächten und Entwicklungen unterwerfen zu müssen. Wir Menschen wollen dem Schicksal in die Räder greifen, so bildhaft hat es bereits der große Dietrich Bonhoeffer formuliert. Und in der Demokratie ist das möglich.

Mich verbindet aber auch ein ganz pragmatisches Verhältnis mit der Demokratie. Ich höre nicht auf zu glauben, dass im freien Wettstreit der Meinungen und Lösungsansätze am Ende immer die bestmögliche Lösung herauskommt. Und das sind Lösungen, die langfristig eine höhere Akzeptanz in der Bevölkerung finden, als einsame Entscheidungen eines autoritären Führers, eines Zentralkomitees oder einer mächtigen Clique. Gewiss, Demokratie ist

umständlich und Rechtsstaat ist anstrengend. In einer Zeit der Beschleunigung ist das international ein Problem. Aber das müssen wir lösen, indem wir bürokratische Hindernisse abbauen, ohne den Kern demokratischer Prozesse zu beschädigen.

Und dann empfinde ich eine Verantwortung für die Demokratie gegenüber all denen Menschen auf der Welt, die nicht dieses Glück haben, so frei in einem so wunderbaren Land zu leben wie wir. Diese Verantwortung fühle ich auch gegenüber all denen Menschen, die für diese demokratischen Freiheiten gekämpft haben – und das unter Einsatz ihres Lebens. Meine Oma kam aus den Gestapo-Verhören mit einem Schädelbruch zurück. Die Protokolle ihrer Vernehmungen kann man heute im Staatsarchiv nachlesen. Ich empfinde Verantwortung für die mutigen DDR-Bürger, die durch ihren Protest Demokratie in ganz Deutschland erst möglich gemacht haben. Auch für all diese Menschen hänge ich mich jeden Tag rein, wenn ich meine Arbeit mache.

## 2. Markt der Medien

Ich habe zunächst über die Demokratie als einem freien Markt der Meinungen gesprochen. Nun komme ich im zweiten Abschnitt auf den Markt der Medien zu sprechen. Über den Wandel der Mediennutzung muss ich Ihnen nicht viel erzählen. Die Menschen nutzen Medien mobil – da reicht ein Blick in den Stadtbus oder die Straßenbahn. Ich nehme an, auch die meisten von Ihnen hier im Kirchenschiff haben, um den Weg zur Nikolaikirche zu finden, eher eine App auf dem Handy gefragt und nicht die großformatige Faltkarte ausgepackt. Wir haben uns längst an die Bequemlichkeit gewöhnt, dass wir Podcasts hören oder Nachrichten schauen können wann und wo wir wollen.

Der eigentliche Wandel besteht aber in der Abhängigkeit aller deutscher Medienhäuser von einer Handvoll Tech-Konzernen in USA und China. Da sind zum einen die Suchmaschinen, die in einem hohen Maße über Erfolg oder Misserfolg deutscher Medienhäuser entscheiden. Bist Du unter den ersten drei Treffern oder nicht, gibt den Ausschlag, ob du überhaupt wahrgenommen wirst. Und das kann entscheidend sein sowohl über wirtschaftlichen Erfolg (bei Unternehmen, die im Netz Produkte anbieten) als auch darüber, welche Information oder Haltung sich auf dem Marktplatz der Meinungen am Ende durchsetzt. Im Moment sind es – leider – die lautesten Marktschreier, die die blutigsten Schauergeschichten erzählen oder ihr Publikum so richtig aufhetzen.

Mindestens genauso mächtig sind die Betreiber massenattraktiver Plattformen wie Instagram, TikTok, Facebook oder Youtube. Sie verlangen von werbefinanzierten Medienanbietern einfach einen Anteil an deren Werbeeinnahmen, sonst werden deren Inhalte auf ihrer Plattform nicht sichtbar. Mittlerweile haben diese großen Konzerne wie Meta oder Alphabet eine unglaubliche Macht konzentriert, weil sie zum einen über gigantische Finanzreserven und zum anderen über riesige Datenmengen verfügen. Daten sind die wichtigste Ressource der Gegenwart. Fünf weltweit agierende Konzerne kontrollieren bereits heute mehr als 90 Prozent der gesamten weltweiten Internetnutzung!!! Das ist kein funktionierender Markt mehr. Jedem Marktwirtschaftler muss dieser Zustand eine Qual sein. Deshalb ruhen meine Hoffnungen auf marktliberalen Kräften auf der ganzen

Welt, die hier regulierend eingreifen könnten, ja müssen, angesichts des sich abzeichnenden Marktversagens.

Ich hatte vor vielen Jahren geglaubt, dass das Internet und die sozialen Medien der Demokratie zuträglich seien, weil sie einen riesigen Raum für gesellschaftlichen Diskurs eröffnen. Diese Hoffnung hat sich nicht erfüllt. Im Gegenteil, die auf Profitmaximierung ausgerichteten Tech-Riesen profitieren davon, dass ihre Algorithmen solche Beiträge belohnen, die emotionalisieren, polarisieren und nicht im geringsten differenzieren. Das führt zu einer Verrohung des Diskurses, die die politische Auseinandersetzung immer weiter von den Regeln des respektvollen Austauschs der Standpunkte entfernt. Vor allem junge Menschen beziehen ihre Informationen fast ausschließlich aus sozialen Medien wie TikTok, Snapchat und Instagram, die mit ihren Algorithmen schlichtweg einer reinen Aufmerksamkeitsökonomie folgen und Nutzerbindung um fast jeden Preis anstreben. Diese Bindung entsteht am ehesten durch eine klare Schwarz-Weiß-Trennung bei nahezu allen gesellschaftspolitischen Themen. Aber die Welt ist nicht schwarz oder weiß, die Welt besteht aus vielen Schattierungen. Menschen sind nicht „Entweder-Oder“, die allermeisten Leute sind Mischwesen. Und auch Demokratie besteht aus Zwischentönen, Vielklang und Kompromissen, aus der differenzierten Betrachtung des Für und Wider.

Diese Entwicklung der Polarisierung wird befeuert durch die nahezu perfekten Möglichkeiten der Fälschung. Mittlerweile kann man mit bloßem Auge bzw. Ohr nicht mehr erkennen, ob ein Video oder Audio authentisch ist oder durch KI erzeugt wurde.

Vor einigen Monaten habe ich das selbst erlebt: Da habe ich mich in einem Video fließend Mandarin sprechen sehen. War perfekt. Ich spreche kein Mandarin, falls Sie sich das kurz gefragt haben. Klassischer Deep Fake, der mich damals zugleich amüsiert und konträrfasziniert hat. Weniger amüsiert war ich kurz darauf von einem anderen Video von mir, in dem ich glaubwürdig die Abschaffung der ARD propagiert habe.

Fake oder Fakt? Es ist eine unglaubliche Herausforderung aber auch Chance für Medien wie den Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk, hier dagegen zu halten. Wir wissen längst um die Bedeutung von Social Media gerade für Jugendliche und Kinder. TikTok ist auf Social das Eingangstor für junge Menschen auf der Suche nach Informationen. Auf dieser Plattform findet ihre politische Sozialisation statt. Hier finden sie ihre Vorbilder für ihre eigene Lebensrealität.

Das kann zu einer Situation führen, die der Club of Rome in seinem Report vor zwei Jahren als größte Bedrohung der Menschheit bezeichnete. Die größte Bedrohung sind demnach nicht der Klimawandel, Pandemien oder die Einbuße an Biodiversität. Die größte Bedrohung der Menschheit besteht dem Club of Rome zufolge in der zunehmenden Unfähigkeit des Menschen, Wirklichkeit und Fälschung zu unterscheiden. Denn dies setzt den Sprengsatz an unser soziales Zusammenleben mit unseren Mitmenschen: Vertrauen. Vertrauen ist eines der höchsten Güter, das wir haben. Das dürfen wir nicht aufs Spiel setzen.

### 3. Meine Vision

Damit zu meiner Vision. Ich beginne mit einer Frage an Sie und bitte Sie um ein kurzes Handzeichen: Wer von Ihnen glaubt, dass ein einzelnes deutsches Medienhaus alleine im Wettbewerb mit Google, Amazon, Facebook und Apple eine Chance hat. (...) Ich auch nicht. Ich bin aber überzeugt davon, dass wir es als Öffentlich-Rechtliche Medien mit den großen Tech-Konzernen aufnehmen müssen. Indem wir uns mit deutschen Mitbewerbern zusammenschließen. Für die Demokratie. Für eine bessere Welt.

Lassen Sie mich ausführen, wie das gehen könnte. Meine Vision ist: Ein Marktplatz der Medien aus allen deutschen Medienhäusern, öffentlich-rechtliche und kommerzielle. Mit Regeln der Transparenz statt undurchsichtiger Algorithmen. Mit gegenseitiger Fairness und Respekt statt Hass und Hetze. Mit journalistischen Standards statt purer Aufmerksamkeitslogik. Mit **Mut statt Unterwerfung!**

Was meine ich mit einem Marktplatz der deutschen Medienhäuser? Denken Sie an den Marktplatz hier in Eisenach, auf dem – wenn ich es richtig weiß – schon mal der US-Präsident Clinton gesprochen hat. Jedes Medienhaus hat seinen eigenen Marktstand. Und alle profitieren davon, dass die Menschen alle auf diesen Marktplatz nach Eisenach kommen, und sich nicht auf die Marktplätze von Creuzburg, Mühlhausen oder Bad Langensalza verteilen. So haben die Händler mehr Kundschaft, und die Bürger müssen nicht 10 verschiedene Märkte anfahren, um alle ihre Lieblingsprodukte und regionalen Erzeugnisse zu bekommen. Verlegen Sie diesen Marktplatz nun gedanklich ins Internet. Da ist es genauso. Im Internet nennen wir es die Logik der Plattformökonomie.

Plattformökonomie bedeutet:

- Je mehr Anbieter auf einer Plattform (auf einem Marktplatz) desto größer die Vorteile für alle
- Jeder kann seine Inhalte (seine Waren) dort anbieten
- Durch die Interaktion der Markthändler entstehen immer neue Kundenbeziehungen – im Internet also Netzwerkeffekte. Dadurch wächst die Plattform (der Markt) rasant an
- Grundbedingung. Alle Marktstände spielen nach gleichen Regeln. In rechtlicher Hinsicht, in technischer Hinsicht und in betriebswirtschaftlicher Sicht.
- Am Anfang braucht es jemand, der diesen Marktplatz initiiert, der für die Stellplätze, für Strom, Durchfahrtswege und fließend Wasser sorgt.
- Wenn er das tut, muss ein Marktbetreiber (im Internet Plattformbetreiber) erstmal investieren – vor allem in Technik, und somit den Marktplatz bereiten
- Wenn es ihm aber gelingt, eine attraktive Plattform aufzubauen, dann kommen immer mehr Marktteilnehmer und wollen dabei sein.
- Dann ist der Marktbetreiber in der Position, die Regeln und die Standgebühren im Alleingang zu bestimmen
- Das ist bei einer demokratischen Gemeinde wie Eisenach kein Problem

Im Internet haben das eine Handvoll Tech-Konzerne geradezu perfekt hinbekommen. Videos gehen nicht mehr ohne YouTube. Handel geht nicht mehr ohne Amazon. Musik geht kaum noch ohne Spotify. Die machen das alle verdammt gut, aber sie unterliegen – anders als die Stadt Eisenach – keinerlei Kontrolle, bestimmen die Regeln selbst.

Ziel wäre es, eine deutsche Medien-Infrastruktur zu schaffen, die die Chance hat, die Herrschaft der Social Networks und der großen Plattformbetreiber einzudämmen. Es geht mir also nicht um Technik-Feindlichkeit, sondern ganz im Gegenteil: ich möchte die ausschließlich auf Profitmaximierung fixierte Technik dieser Konzerne durch eine Technik ersetzen, eine, die endlich das erfüllt, was wir uns vom Internet versprochen haben, nämlich gemeinschaftsstiftenden Dialog und demokratischen Diskurs.

Die Herrschaft der Social Networks eindämmen – nur wie? Wenn wenige Weltkonzerne quasi-monopolistisch alle Informationen über die Menschen sammeln, mediale Inhalte kontrollieren und auch noch verbreiten, wie brechen wir das auf? Und das bei uns in Deutschland?

Ich weiß, Deutschland hat in vielen Lebensbereichen einen Digitalisierungsrückstand – z. B. im Verkehrssektor oder in der Verwaltung. Ich denke dabei an Leute, die im Morgengrauen zur Zulassungsstelle pilgern, um ihr Auto umzumelden. Oder an die vielen Schulkinder, die stapelweise kopierte Zettel mit nach Hause bekommen. Mir selbst graut es auch schon vor Februar: Da läuft mein Personalausweis ab, und ich Sorge mich jetzt schon, ob ich es schaffe, beim Bürgeramt einen Termin zu ergattern.

Ich hatte Ihnen aber statt eines Klageliedes eine Perspektive versprochen:

Diesen Digitalisierungsrückstand sollten, dürfen wir im Mediensektor keinesfalls zulassen! Schon in wenigen Jahren werden mehr Menschen Medien nicht-linear nutzen als linear. Das wissen wir schon heute. Bei Nachrichten ist der Kipppunkt bereits erreicht: Zum ersten Mal informieren sich mehr Menschen in Deutschland online über Nachrichten als über alle anderen Verbreitungswege. Also los geht's!

Im Wettstreit um die Aufmerksamkeit der Bürgerinnen und Bürger wird es also darum gehen, den großen Plattformbetreibern Paroli zu bieten. Dazu braucht es neben erstklassigen Inhalten eben auch eine Portion Selbstbewusstsein und ehrgeizige Ziele. Wir gründen gemeinsam mit dem ZDF und dem Deutschlandradio eine gemeinsame Streaming-Firma. Damit sollten wir bis zum Ende dieses Jahrzehnts relevantester Streaming-Anbieter in Deutschland werden – vor Netflix, Amazon, Disney und Co. Das ist kein Selbstzweck. Es geht mir hier nicht um wirtschaftlichen Erfolg – es wäre weltfremd, sich mit multimilliardenschweren Weltkonzernen zu messen. Es geht mir um Verantwortung. Um die Voraussetzung dafür, dass wir unseren Auftrag erfüllen. Auftrag heißt: Programm zu machen für alle Menschen in Deutschland, unabhängig vom Einkommen, von der sozialen Herkunft, egal welcher Religion sie angehören, ob sie in einer Stadt im Osten oder einem Dorf im Süden leben oder wie alt sie sind. Wir haben eine Verantwortung für die Gesellschaft und Gemeinschaft, für die Menschen da draußen. Für die Demokratie! Während ich das sage, denke ich an meine mutige Großmutter.

Diese Vision klingt für einen traditionellen Medienverbund wie die ARD außergewöhnlich ambitioniert, geradezu tollkühn. (Mir ist schon klar, dass Sie die alte Tante ARD nicht sofort mit dem Spirit eines Startup-Unternehmens verbinden würden.) Aber die Vision ist real. Wenn wir unsere Streaming-Aktivitäten mit dem ZDF ernstnehmen und beherzt ausbauen, können wir den großen Anbietern auf unserem Markt zeigen, wozu die heimischen Medienhäuser fähig sind. Es ist möglich, wenn wir deutschen Erfindergeist und deutsche

Ingenieurskunst mit einer vielfältigen Kreativwirtschaft und erstklassigem Journalismus miteinander vereinen. Sitz des gemeinsamen Unternehmens wird Mainz. In Mainz wurde vor nicht allzu langer Zeit einer der rettenden Impfstoffe gegen Corona erfunden. Warum soll dort nicht auch demnächst Europas einflussreichstes Streaming-Angebot entstehen? Ein zutiefst gemeinwohlorientiertes Streamingangebot, das nach fairen Algorithmen spielt, das Dialogmöglichkeiten anbietet, Teilhabe am Diskurs ermöglicht, regional verankert ist? Das wäre die zweite Medienrevolution aus Mainz nach der Erfindung des Buchdrucks. Womit wir wieder in Eisenach und Luthers Bibel-Übersetzung wären. Einer der ersten Bestseller der Geschichte.

Ich meine immer noch Zweifel in Ihren Augen an der Chance einer solchen Plattform zu erkennen. Wir haben aber ein paar Trümpfe auf der Hand. Da ist erstens die Nähe zu den Menschen hier. Sollten wir mal einen Bock schießen, sind wir hier dafür rechenschaftspflichtig. Versuchen Sie mal jemand in Cupertino oder Mountain View für etwas haftbar zu machen. Zweitens sind da unsere bisherigen Erfolge: ARD und ZDF haben zusammengerechnet bereits jetzt beim Videostreaming Amazon überholt. Und drittens: Wissen Sie, was das erfolgreichste Medienangebot bei TikTok und Instagram ist? Es ist ein öffentlich-rechtliches Angebot, die Tagesschau. Das zeigt: Wir können es, wir haben es drauf. Und viertens wir haben noch etwas, von dem ich vorhin bereits kurz sprach: Vertrauen.

Alle qualitativen Studien zeigen: Dreiviertel der Menschen vertrauen dem Mitteldeutschen Rundfunk oder dem SWR bei mir zuhause im Südwesten. Wir genießen damit fast so viel Vertrauen wie die Polizei. Das ist in diesen Zeiten das Allerwichtigste. Das werden wir hüten wie unseren Augapfel.

Für eine Medienlandschaft, die ethischen und demokratischen Werten verpflichtet ist, und die allen Bevölkerungsgruppen einen offenen Zugang zu Medieninhalten gewährt, braucht es mehr Kooperation der Wettbewerber in Deutschland und perspektivisch in Europa. Dazu braucht es einen finanziell langen Atem. Wenn möglich, sollten Hürden für den Beitritt gesenkt werden z.B. durch kostenfreien Zugang zu Entwicklungsportalen und -ressourcen. Deshalb gehen ARD und ZDF bewusst den Weg der open source – also Offenlegung der Quellcodes, sodass jeder das Produkt verbessern kann. Da der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk beitragsfinanziert ist, kommt ihm eine besondere Verantwortung auch im Hinblick auf Investitionen zu, die nicht, schon gar nicht kurzfristig, refinanzierbar sind. Der publizistische Wettbewerb vielfältiger Angebote bleibt erhalten oder wird sogar gestärkt, weil Investitionen primär in erstklassige Inhalte statt in den Aufbau eigener Vertriebskanäle gelenkt werden. Zudem verbessert sich die Erlössituation auf dem Werbesektor, weil die Abhängigkeit von wenigen großen Plattformbetreibern verringert wird. Klar ist: Dieser Prozess ist mit Unsicherheiten behaftet. Die deutschen Medienhäuser sollten aber nicht vor der Komplexität kapitulieren. Die Herausforderung heißt: Mehr Kooperation der Konkurrenten unter Beibehaltung des publizistischen Wettbewerbs. Die Zeit drängt, aber das Ziel ist es wert.

#### 4. Die Neue ARD

Was tut die ARD für diese Vision einer souveränen deutschen Medienlandschaft? Wir haben die ARD nach der schwersten Krise ihrer Geschichte vor zwei Jahren weiterentwickelt zur „Neuen ARD“. Wir haben die alte ARD komplett umgekrempelt und uns unserer Wurzeln immer bewusst geblieben. Die ARD ist ein vor 75 Jahren gegründeter Medienverbund, entstanden aus dem Geist von Freiheit und Demokratie. Als demokratischer Gegenentwurf zum totalitären Staatsfunk der Nationalsozialisten. Viele Menschen in Deutschland – in Ost und in West – hat die ARD seit Generationen begleitet. Aber diese alte ARD musste sich häuten, musste moderner, zeitgemäßer werden.

Wir haben sie deshalb zu einer Medienplattform der Zukunft entwickelt, die auf Arbeitsteilung, Vernetzung und Kooperation setzt. Ich nenne Ihnen die Veränderungen und ahne, dass Sie gleich sagen werden „das habe ich gar nicht mitbekommen“. In gerade mal zwei Jahren haben wir folgendes geschaffen: 1. Zentrale Technik-Einheit, 2. journalistische Kompetenzcenter, 3. Zusammenarbeit auf Verwaltungsebene, 4. Zusammenlegung von Hörfunkprogrammen, 5. Reduzierung von ähnlichen Apps und Accounts usw. Das sind alles Schritte, die für das Publikum kaum hörbar oder sichtbar sind und vor allem der Effizienzsteigerung dienen. Stellen Sie es sich so vor: Wir haben auf der Autobahn gleichzeitig alle vier Fahrspuren erneuert – ohne dass der Verkehr stockte. Und jetzt rollt der Verkehr noch besser und sie haben entlang dieser Autobahn noch bessere Services als bisher.

#### **Die Neue ARD steht für ein gutes Quellengefühl – sie gibt Sicherheit und Informiertheit**

Die ARD-Programmmacher brennen schon immer für die Wirklichkeit und setzen diese Leidenschaft in Formate um, die Maßstäbe setzen.

Die Neue ARD ist die gerade in Zeiten wie diesen ein Garant für die „echte“ Welt. Ich sehe in der neuen ARD das Gute, das Schöne, das Erschreckende, Schlimme. Meine neue ARD steht für Hintergründe und Zusammenhänge, für Nachrichten und Meinungen, für Emotionen und nüchterne Fakten. Ich möchte, dass sie die ungeschminkte Wirklichkeit zeigt. Und zwar präzise, belastbar und nach überprüfbaren Standards. Sie ist an der Quelle und sie ist selbst eine verlässliche Quelle. Die neue ARD öffnet sich, lädt zum Gespräch, ist offen für Dialog und Kritik. Das schafft Vertrauen.

Ich will eine neue ARD, die klare Kante gegen Wahrheitspfuscher und Fake-News zeigt. Die sich an ihrer Arbeit messen lässt und sich korrigiert, wenn sie mal falsch liegt. Ich wünsche mir eine ARD, die Ordnung ins alltägliche Durcheinander bringt und die Menschen nicht nur mit Nachrichten versorgt, sondern auch zeigt, wie Nachrichten entstehen. Natürlich legen wir unser journalistisches Handwerk offen. Wir sind immer da, wenn verlässliche Informationen entscheidend sind. Die Neue ARD trägt zur liberalen Demokratie bei.

**Die Neue ARD ist mittendrin.** Ob in der Region, im Land oder in der Welt: In einer Ära, in der Inhalte jederzeit auf Abruf verfügbar sind, wird das Live-Erlebnis zu etwas Besonderem. Live-Momente lassen sich nicht wiederholen. Live gibt es nicht on demand. Die Neue ARD ist dabei bei den großen Momenten und sie schafft große Momente. Sie ist dabei, wenn Wahlen Weichen stellen, wenn Kriege Menschenleben kosten, wenn Kultur auf Publikum trifft oder

wenn Sportlerinnen Geschichte schreiben. Die Neue ARD ist Echtzeit. Puls des Alltags. Im Stream in der Mediathek, auf der Festival-Bühne und auch um 20 Uhr in der tagesschau.

**Die Neue ARD ist ein Zuhause.** Sie ist für alle da – auf allen Kanälen und Plattformen. Ob Fernsehen, Radio, Social Media oder Streaming. Die Neue ARD findet man dort, wo man ist. Für Die Neue ARD gibt es keine Nischen – sie sind alle Teil des großen Ganzen. Die Neue ARD macht Programm für Menschen, denen es gut geht, aber auch für alle, die sich teure Streaming-Abos nicht leisten können.

Mit Inhalten, die informieren, unterhalten und verbinden, steht die Neue ARD für ein bezahlbares, verlässliches Mediensystem, das niemanden ausschließt. Für Kinder, für Leute auf dem Land, für Städter, Menschen mit Handicaps, für den Osten und den Westen. Personalisierbar in der Mediathek. Und wer mag, kann einfach Inhalte der ARD mit anderen teilen, damit noch mehr Menschen an all dem teilhaben können.

**Die Neue ARD ist Aufbruch.** Und Aufbrechen. Wir haben ein Reformprogramm losgetreten, das einzigartig ist für die 75-jährige Geschichte. Und natürlich hat die Neue ARD Lust auf Zukunft. Wir investieren in Zukunftstechnologien und innovative Programmangebote. Wir nutzen die Chancen der Künstlichen Intelligenz nach ethischen Standards und zum Wohle der deutschen Bevölkerung. Die Neue ARD entwickelt vernetzte technische Lösungen, die völlig neue Medienerlebnisse schaffen und den Standard für Qualität in der Branche definieren. Die Neue ARD gestaltet die Medienlandschaft von morgen aktiv mit. Streaming, Gaming, VR, AR. Sie holt Rückstände auf. Es liegt ein bisschen am deutschen Wesen, dass wir immer Bedenken tragen und von den Risiken her denken. Lassen Sie uns von den Chancen kommen! Was alles möglich ist!

Denken Sie doch nur an die Olympischen und Paralympischen Spiele. Wir haben da Menschen an acht verschiedenen Disziplinen gleichzeitig teilhaben lassen und Millionen von Fans glücklich gemacht. Machbar war das, weil wir Live-Fernsehen und Streaming miteinander verknüpft haben. Eine technische Höchstleistung hat Menschen zusammengebracht und Gemeinschaft gestiftet.

Das ist der Anfang, und wir werden weiter daran arbeiten, Deutschlands Medienlandschaft zu bereichern. Auch durch Kooperationen über bisherige Grenzen hinweg.

Ich komme zum Schluss

Sie sehen schon, ich bin nicht hier, um Ihnen eine schnelle Lösung zu verkaufen. Für die Vision, die ich Ihnen beschrieben habe, braucht einen langen Atem und vielleicht auch ein bisschen Chuzpe. Denn ehrlich gesagt: Kein normaler Medienunternehmer würde es wagen, es mit den großen Tech-Konzernen aufzunehmen – auch wenn ich aus vielen Gesprächen mit Managern anderer Medienhäuser weiß: Wohl fühlt sich niemand in dieser Abhängigkeit von Google und Co., die einem jeden Tag den Saft abdrehen können, sprich: einen unsichtbar schalten können. – Doch wer hat den Mut, das Richtige zu tun, auch wenn es sich nicht gleich wirtschaftlich auszahlt? Ich bin überzeugt: Genau dafür gibt es den öffentlichen-rechtlichen Rundfunk: Weil wir eben frei von Marktzwängen das tun können, was Demokratie sichert und gut für die Gesellschaft ist. Es braucht Mut statt Unterwerfung.

Vielen Dank.