ARD GENERALSEKRETARIAT

INFOBRIEF DER ARD-GENERALSEKRETÄRIN

MÄRZ 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

derzeit wird viel von Zeitenwende gesprochen. Wir stehen vor der Auflösung von Gewissheit über den Frieden in Europa und sehen 180-Grad-Wendungen bei tradierten parteipolitischen Linien. Angesichts dieser Lage möchte ich die aktuelle Ausgabe mit einigen persönlichen Sätzen einleiten, bevor ich Ihnen wie gewohnt einen informativen Ein- und Überblick zu Themen rund um die ARD gebe.

Die in der ARD Mediathek abrufbare Dokumentation „F@ck This Job“ über den letzten – inzwischen verbotenen – unabhängigen TV-Sender Russlands startet mit dem Zitat „Wer die Medien kontrolliert, kontrolliert den Verstand“. Putin hat schon lange vor dem Angriff auf die Ukraine einen Informationskrieg begonnen. Das Sendeverbot gegenüber der Deutschen Welle drei Wochen vor der Invasion erscheint heute wie ein Baustein, um „rechtzeitig“ unabhängige Berichterstattung und kritische Stimmen weiter zu minimieren. Die russische Aufsichtsbehörde schreibt allen Inlandsmedien vor, wie sie über diesen Krieg zu berichten haben und dabei belegbare Fakten zu ignorieren. Mit aller Macht sucht Putin die Macht über das Wissen seiner Bürgerinnen und Bürger zu erringen, um sich seine Macht zu sichern. Denn Presse- und Medienfreiheit sind für jeden Diktator und jedes autokratische System (schleichendes) Gift.

Das Gesicht der Medien zeigt sich gerade in Krisenzeiten. Wie gehen sie z. B. mit Informationen und Bildern um, die kursieren, sich aber nicht verifizieren lassen? Wie kommen sie dem Bedürfnis der Menschen nach glaubwürdiger und Orientierung gebender Berichterstattung nach? Ich bin in diesen Tagen sehr dankbar, unseren öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu haben, und bin zugleich sehr stolz, was die Kolleginnen und Kollegen hier in Deutschland und in Osteuropa derzeit rund um die Uhr leisten – um uns allen die verlässlichste und umfassendste Informationslage zu liefern, wie wir sie gerade in unsicheren und sich überstürzenden Zeiten brauchen.

Mit besten Grüßen
Ihre

Dr. Susanne Pfab

ARD GENERALSEKRETARIAT

INHALT

TAGESSCHAU24 SEITE 3
(VER)STÄRKUNG UNSERES VERLÄSSLICHEN INFORMATIONSANGEBOTS

LASST UNS UNTERHALTEN SEITE 5
REFORMSTAATSVERTRAG TEIL I

STIMMT SO – STAND HEUTE SEITE 7
DIE ERKENNTNISSE AUS DEM 23. KEF-BERICHT

VIER MAL DREI BUCHSTABEN SEITE 8
MIT POTENZIAL FÜR HOHEITSVERLUST IN DER MEDIENREGULIERUNG

FOKUSSIERTE DIGITALAGENDA ALS ERFOLGSFAKTOR SEITE 10
VON MEDIATHEK BIS KULTURPORTAL

DAS BESONDERE PROGRAMM SEITE 11

ARD GENERALSEKRETARIAT

tagesschau 24

(VER)STÄRKUNG UNSERES VERLÄSSLICHEN INFORMATIONSANGEBOTS

Die beste Grundlage für Meinungsbildung und Diskurs sind faktenbasierte und glaubwürdige Informationsangebote, die zugleich von vielen Menschen – quer durch die Gesellschaft – genutzt werden.

Die **Tagesschau** zum Beispiel ist ein solcher **Informations-Anker**. So sehen allein die lineare Tagesschau täglich um 20 Uhr im Schnitt fast 12 Millionen Menschen (40,6 Prozent Marktanteil). **Auch bei den unter 30-Jährigen ist sie die beliebteste lineare Nachrichtensendung** (26,2 Prozent Marktanteil). Letzten Sonntag, dem dritten Tag nach dem Einmarsch Russlands in die Ukraine, sahen die Tagesschau und den anschließenden Brennpunkt sogar mehr Menschen als den Tatort.

Auch in Social Media nutzen Millionen von jungen Menschen die Marke Tagesschau, bei TikTok, Facebook, Instagram oder YouTube. Auf TikTok folgen der „tagesschau“ inzwischen 1,2 Millionen Accounts. Und wenn sich manche Gewissheit von einem Tag auf den anderen auflöst, steigt auch bei Jüngeren nochmals das Bedürfnis nach glaubwürdiger und verlässlicher Information. So hat sich die Followerschaft allein bei Instagram in den letzten Tagen um 300.000 auf 4 Millionen erhöht.

ERFOLG DER TAGESSCHAU IN SOCIAL MEDIA

Anzahl der Follower / Stand: 31. Januar 2022

INSTAGRAM	FACEBOOK	YOUTUBE	TIKTOK	TWITTER
3,69 Millionen	**1,99 Millionen**	**1,11 Millionen**	**1,20 Millionen**	**3,26 Millionen**
18 – 24 Jahre	25 – 34 Jahre	25 – 34 Jahre	13 – 17 Jahre	k.A.
41% 59%	48% 51%	76% 24%	52% 48%	

Auch die inzwischen **35-minütige Tagesthemen-Sendung** konnte in 2021 mehr Zuschauerinnen und Zuschauer gewinnen. Die 2020 eingeführte **Rubrik #Mittendrin** unseres Nachrichtenmagazins hat seitdem rund 250 mal den Blick auf das Alltagsgeschehen in den Regionen gelenkt. 30 Prozent der Beiträge drehten sich um Geschehen in den ostdeutschen Bundesländern.

Diese Zahlen bestätigen, dass es in allen Altersgruppen ein starkes Bedürfnis nach verlässlicher Information und Orientierung gibt. In unseren im Oktober 2021 veröffentlichten ↗ **ARD-Leitlinien** haben wir uns dazu verpflichtet, unser Informationsangebot weiterzuentwickeln und unser Informationsprofil zu schärfen. Der **USP der ARD** liegt darin, die journalistischen Kompetenzen aus Hörfunk, TV und Online, aus Auslandskorrespondentennetzen, zentralen Nachrichtenstudios in Hamburg und Berlin sowie Regionalstudios zu verknüpfen. Digitale Technik und crossmedialer Umbau ermöglichen uns heute nochmals eine **neue Stufe für Synergien und Bündelung dieser Kräfte**. Und die Anforderungen der Pandemie haben dem smarten, remoten und niedrigschwellingen Produzieren weiteren Schub gegeben.

Dies nutzen wir, um den linearen Informationskanal **tagesschau24 zur verlässlichen ↗ Adresse für Breaking News-Lagen weiterzuentwickeln** und in solchen Situationen kontinuierlich aktuelle Information anzubieten. Das Vorhaben erfordert interne Umschichtungen von Ressourcen, effektives Zusammenarbeiten in neuen Konstellationen und viele Anstrengungen vor allem bei den Kolleginnen und Kollegen aus der Aktualität. Das Ergebnis konnten Sie bereits in den vergangenen Tagen sehen, in welchen tagesschau24 nahezu rund um die Uhr die Lage in der Ukraine im Blick behielt.

Dieser **Prozess ist ein sukzessiver**, der sich maßgeblich an den Bedürfnissen der Menschen ausrichtet und Teil unseres Anspruchs ist, allen Alters- und Bevölkerungsgruppen ein geeignetes Informationsangebot auf den für sie passenden Wegen zu unterbreiten.

INFORMATIONSPAKET ZUM KRIEG GEGEN DIE UKRAINE

Live und abrufbar: zum Beispiel tägliche Nachrichten, Polit-Talks und ARD-Brennpunkte im Ersten und den Dritten, hintergründige Dokus wie ↗ **„Die Rückkehr des russischen Bären“**, Hörfunkspecials wie ↗ **„Wer ist Selenskyj?“**, Schwerpunkte in der ARD Audiothek wie ↗ **„Krieg in der Ukraine“** und neue Podcasts wie ↗ **„Alles ist anders – Krieg in Europa“**, Erklärvideos und emotionale Unterstützung in funk-Formaten wie ↗ **Mr. Wissen2go**, ↗ **Die Da Oben** oder ↗ **psychologeek**.

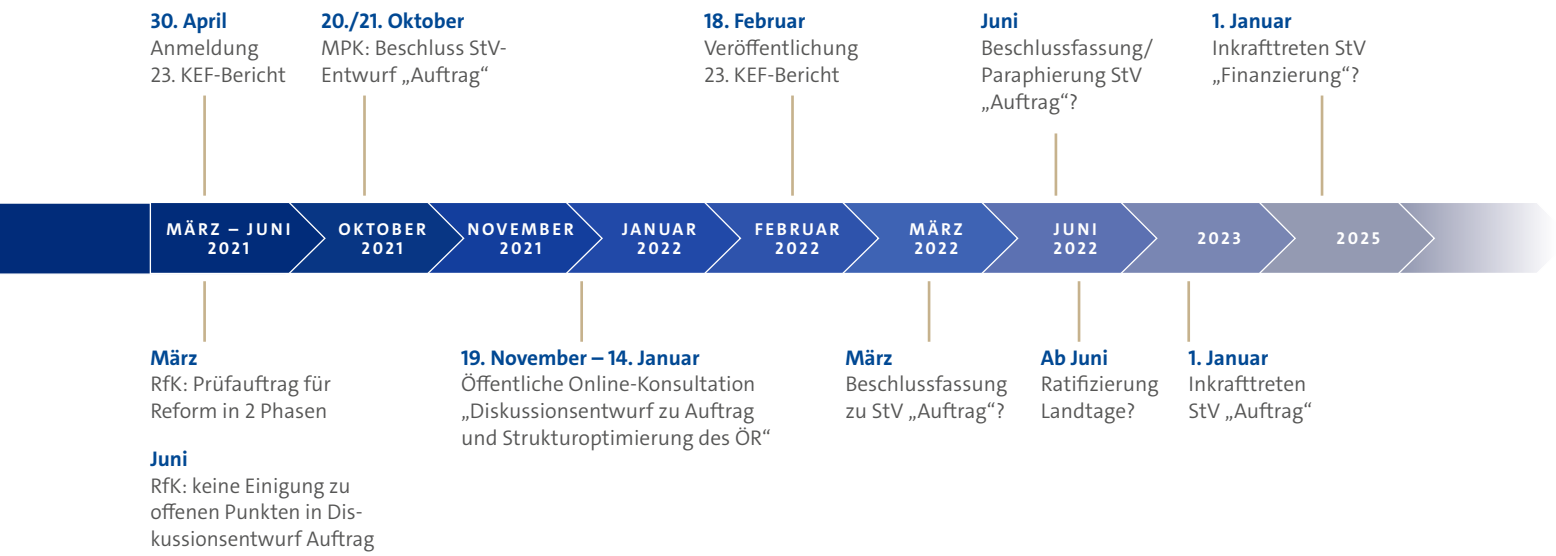
ARD GENERALSEKRETARIAT

LASST UNS UNTERHALTEN

REFORMSTAATSVERTRAG TEIL I

Für die Medienpolitik der Länder steht auch in diesem Jahr die Arbeit an den **Staatsverträgen zu „Auftrag, Struktur und Finanzierung"** des öffentlichen Rundfunks im Fokus. Der umfangreiche Prozess kann schon auf ein paar Jahre der Erfahrung und Neustarts zurückblicken und wird selbst bei Zeitplankonformität bis mindestens 2025 dauern.

REFORMSTAATSVERTRAG – PROZESS SEIT 2021



Wo stehen wir gerade im Verfahren? Inzwischen ist bekannt, dass im Rahmen der öffentlichen **Online-Anhörung** von Mitte Dezember 2021 bis Mitte Januar dieses Jahres rund 2.700 Eingaben an die Staatskanzlei Rheinland-Pfalz gesendet wurden – von denen wohl lediglich 60 von Verbänden, Institutionen und Medienunternehmen stammen, die übrigen von Bürgerinnen und Bürgern. Die Auswertung der Stellungnahmen dauert noch an. Eine **erste inhaltliche Beratung durch die Rundfunkkommission ist nun für die Sitzung am 15. März** anvisiert. Wir werden sehen, ob es gelingt, der MPK wie geplant im Juni eine paraphierbare Fassung des Reformpakets Teil I (Auftrag) vorzulegen, also mit Formulierungen, auf die sich alle Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten verständigen können.

UNTERHALTUNG MUSS UNMISSVERSTÄNDLICH TEIL DES ÖFFENTLICHEN AUFTRAGS BLEIBEN

Man merkt dem ↗ **Diskussionsentwurf** das Anliegen der Rundfunkkommission, zukunftsorientierte und sachadäquate Regelungen zu finden, durchaus an. Angesichts der Dynamik von Technik, Mediennutzung und Medienumfeld ist insbesondere der Gedanke richtig, **flexiblere Instrumente zur Erfüllung des Auftrags** zu finden als über die zwangsläufig langwierige Beauftragung qua Staatsvertrag.

Und nur zur Klarstellung, weil das oft missverstanden wird: **„Flexibilisierung“ bedeutet die Möglichkeit**, eine Aufgabe, die bisher im Staatsvertrag als linear zu erfüllen festgeschrieben war (z. B. ARD alpha), zukünftig ohne staatsvertragliche Änderung non-linear zu erfüllen (z. B. über ein digitales Wissensportal) – wenn dies 1. für die Erreichung der Ziele bzw. Zielgruppen sinnvoller erscheint und 2. die Gremien und die Rechtsaufsicht dem Konzept der Anstalten nach einem transparenten, an den Dreistufen-Tests angelehnten Verfahren zugestimmt haben.

Ich möchte mich hinsichtlich unserer Bedenken auf einen, nein den zentralen Punkt konzentrieren, nämlich die **Neuformulierung der Grundnorm des Auftrags** (§ 26 Abs.1 Satz 8 und 9 MStV-Entwurf). Nicht nur ARD, ZDF und Deutschlandradio, sondern auch Deutsche Produzentenallianz, Deutscher Kulturrat, Verdi, DGB, DJV und Kirchen sehen hier **dringenden Korrekturbedarf**. Bislang ist Unterhaltung neben Bildung, Information und Beratung gleichrangig und ohne weitere Bedingung vom Auftrag umfasst. Nun ist die Unterhaltung im Diskussionsentwurf aus dieser Aufzählung herausgefallen. Vielmehr ist vorgesehen, dass Inhalte dieses Genres nur dann zum Auftrag zählen, wenn sie einem öffentlich-rechtlichen Profil entsprechen. Das mag auf den ersten Blick wie eine geringfügige Änderung wirken.

Es ist aber eine **Abkehr vom vollumfänglichen und ungeteilten Auftrag**, die auch noch als **drittschützend** und somit als wettbewerbsrechtliche Regelung missverstanden werden könnte. Dies steht nicht nur im Widerspruch zur ständigen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, sondern konterkariert auch die im Staatsvertragsentwurf wenige Sätze zuvor postulierte Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Medien, **„ein Gesamtangebot für alle zu unterbreiten“**. Es sollen alle Altersgruppen, insbesondere Kinder, Jugendliche und auch junge Erwachsene, berücksichtigt werden. Auch sollen die Anstalten zur „medialen Angebotsvielfalt“ beitragen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern. Wie soll das zusammenpassen bzw. zusammengehen?

Nicht nur, dass **Unterhaltung eine hohe generationenübergreifende Integrationsfunktion** hat, wie es entsprechende Reichweiten in den verschiedenen Altersgruppen regelmäßig bestätigen – und ich meine hier gar nicht nur den Tatort, sondern auch Unterhaltungsshows wie „Klein gegen Gross“, ESC, „Inas Nacht“ oder die ARD-Vorabend-Quizsendungen. Unterhaltung ist insbesondere **bei den Jüngeren überdies ein „Türöffner“**. Unterhaltungsfokussierte Angebote auf Instagram, TikTok und YouTube gehören zu ihrer täglichen Lebensrealität. Hier kann man dann auch kluge Verlinkungen zur Information setzen – wie es z. B. ↗ **funk** seit vielen Jahren erfolgreich macht.

Die Neu-Formulierung des Auftrags im derzeitigen Diskussionsentwurf des Medienänderungsstaatsvertrags birgt viele Risiken und Rechtsunsicherheiten. Die Medienpolitik hat immer betont, es gehe ihr darum, die Akzeptanz und Relevanz des öffentlichen Rundfunks bei allen Bevölkerungsgruppen zu sichern. Möglichkeiten zu reduzieren, die Menschen zu erreichen, ist dazu nicht der richtige Weg.

STIMMT SO – STAND HEUTE

DIE ERKENNTNISSE AUS DEM 23. KEF-BERICHT

Die Bestandsaufnahme im gerade veröffentlichten ↗ **23. KEF-Bericht**, der die ersten zwei Jahre der laufenden Beitragsperiode in den Blick nimmt, bestätigt: Die **Anpassung des Beitrags auf 18,36 Euro war richtig, notwendig und „Stand heute" ausreichend**, um eine bedarfsgerechte Finanzierung des öffentlichen Rundfunks bis Ende 2024 sicherzustellen. Nach Ansicht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) halten sich Mindereinnahmen (insbesondere durch die verzögerte Inkraftsetzung der Erhöhung erst durch das Bundesverfassungsgericht) und Minderaufwendungen (z. B. durch Verschiebungen von Investitionen oder Programmvorhaben) im Saldo für die Jahre 2020/21 etwa die Waage. Die KEF weist auch darauf hin, dass die **Auswirkungen der Corona-Pandemie** und andere beitragsrelevante Faktoren wie z. B. die **weitere Preisentwicklung noch nicht vollumfänglich abschätzbar** sind. Diese werden erst bei den Berechnungen für die nächste Beitragsperiode ab 2025 Berücksichtigung finden können. Ich empfehle die sehr verständlichen ↗ **Erläuterungen des KEF-Vorsitzenden Martin Detzel** im rbb-Medienmagazin, in welchem er den Sendeanstalten übrigens auch ein gewachsenes betriebswirtschaftliches Effizienzverständnis attestiert.

In der ↗ **Pressekonferenz** zur Veröffentlichung des Berichts im vergangenen Monat mahnte der vorherige langjährige KEF-Vorsitzende Dr. Fischer-Heidlberger die Medienpolitik: Sie habe zum Schutz der Rundfunkfreiheit Sorge zu tragen, dass die **weitgehend bindende KEF-Empfehlung** im Interesse einer funktionierenden Rollenverteilung der Verfassungsorgane **nicht ignoriert werden kann**. Aus seiner Sicht bestehe hier eine **Regelungslücke**, zu deren Schließung das Bundesverfassungsgericht bereits mehrere Optionen genannt hat, wie z. B. den Vollzug qua Rechtsverordnung. Und damit wären wir dann bei einem der Kernthemen des **Reformpakets Teil II**, nämlich das Verfahren zur Festsetzung des Beitrags anzupassen. Laut Beschluss der Rundfunkkommission vom März 2021 sollen in Teil II auch Fragen zur Strukturoptimierung, Ausgabenbegrenzung und Budgetierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angegangen werden. Dies verspricht erfahrungsgemäß intensive und kontroverse Diskussionen, in die sicher auch die Ergebnisse des nächsten und beitragsrelevanten 24. KEF-Berichts hineinspielen werden.

VIER MAL DREI BUCHSTABEN

MIT POTENZIAL FÜR HOHEITSVERLUST IN DER MEDIENREGULIERUNG

Der Koalitionsvertrag von SPD, Grüne und FDP enthält auch einige medienrelevante Aussagen – wie z. B. die **(Wieder-)Einrichtung einer Bund-Länder-AG**, um ein systematischeres Zusammenwirken von Bund und Ländern gerade auch auf europäischer Ebene effizienter zu gestalten.

Wichtig ist das insbesondere, weil wir die Tendenz sehen, über europäische Verordnungen Vollharmonisierungen zu erreichen. Und dies mit massiven Auswirkungen auch auf Bereiche, in welchen die primäre Hoheit bei den Mitgliedstaaten liegt. Dies betrifft aktuell die sich in der **Trilogphase** befindlichen Gesetzgebungsvorhaben **Digital Services Act** (DSA) und **Digital Markets Act** (DMA), aber auch den anvisierten **Media Freedom Act** (MFA). Drei Buchstaben, die jeweils die Medien- und Kommunikationsordnung in Deutschland verändern bzw. bestehende Regelungen konterkarieren können.

DSA

Ein Anspruch wie beim **DSA**, eine Regelung für alle und alle im Digitalen zu sein, muss zwangsläufig zu Lasten der Passgenauigkeit gehen. Mit Blick auf den ↗ **Mediensektor** ist es vor allem wichtig, die Entscheidung über den Zugang bzw. die Sperrung redaktionell verantworteter Medieninhalte nicht in die Hände von internationalen Plattformen zu legen. Daher bleibt eine gemeinsame Kernforderung der Medienanbieter in Deutschland und der EBU: Es sollte wenigstens ein gesichertes Verfahren zur Anhörung vor Löschung oder Herunternahme ihrer Inhalte verankert werden.

DMA

Mit Blick auf den **DMA** ist es aus Sicht des Rundfunks wichtig, dass sowohl virtuelle (Sprach-)Assistenten als auch Connected TV als zentrale Plattformdienste vom Anwendungsbereich und damit von den Ge- und Verboten des DMA erfasst werden. Dies ist auch Position des EU-Parlaments, von der wir hoffen, dass sie über den Trilog Eingang in den finalen Kompromiss findet.

MFA

Auch wenn die Absicht eine gute ist, muss das Mittel nicht das beste sein. Ziel des derzeit in der Konsultationsphase befindlichen **MFA** ist es laut Kommission, Pluralismus, Freiheit und Unabhängigkeit der Medien EU-weit zu sichern. In der realen Auswirkung könnten aber gerade in Mitgliedstaaten, die wie Deutschland eine lange Tradition in medienvielfaltsfördernder Regulierung haben, bewährte Normierungen und Strukturen in Frage gestellt werden. Beispiele hierfür sind die Plattformregulierung im MStV zur Sicherstellung der Auffindbarkeit von Public Value-Inhalten oder das Aufsichtsgefüge in unserem Rundfunksystem.

WRC

Auch international gilt es drei Buchstaben im Blick zu behalten: **WRC**-23. Für die Positionierung Deutschlands auf der im kommenden Jahr anstehenden Weltfunkkonferenz findet sich im Koalitionsvertrag eine klare Vorgabe: **„Wir wollen das UHF-Band dauerhaft für Kultur und Medien sichern“**.

Warum ist das wichtig? Öffentlich-rechtlicher wie privater Rundfunk nutzen das zur Verhandlung anstehende Frequenzspektrum (470-694 MHz) zur terrestrischen Übertragung ihrer TV-Angebote – wovon 2021 in Deutschland 6,7 Prozent der Haushalte oder ca. 5,5 Millionen Menschen Gebrauch machten. Die Medien- und Kulturbranche benötigt das Spektrum u. a. für Funkmikrofone und andere drahtlose Produktionsmittel, z. B. für hochwertige Fernsehproduktionen, bei Theateraufführungen oder Live-Konzerten (siehe auch **↗ Allianz für Rundfunk- und Kulturfrequenzen**).

Seit 2010 wurden über die so genannte Digitale Dividende 1 und 2 bereits 40 Prozent des traditionellen Rundfunk-UHF-Spektrums an den Mobilfunk umgewidmet. Weiterer Frequenzverlust würde eine Unterordnung der Medien, der Kultur und der Kommunikationswege unter den Mobilfunk bedeuten – was auch für die Versorgung der Bevölkerung im Katastrophenfall relevant wäre. Die **langfristige Sicherung eines niedrigschwelligen, energieeffizienten, kostengünstigen und autarken mobilen Verbreitungsweges liegt im Allgemeininteresse**. Denn der Verlust von Rundfunk- und Kulturfrequenzen auf internationaler Ebene hätte auch auf nationaler Ebene gravierende Auswirkungen.

FOKUSSIERTE DIGITALAGENDA

ERFOLGSFAKTOR VON MEDIATHEK BIS KULTURPORTAL

2019 haben wir für den digitalen Umbau eine so genannte **Big Five-Strategie** entwickelt. Die Fokussierung und Konzentration unserer Kräfte und Ressourcen auf wenige digitale Plattformen zeigt nun **deutliche Erfolge**.

So verzeichnet die ↗ **ARD Mediathek** inzwischen die größte Reichweite aller deutschen TV-Streaming-Portale. Seit 2019 hat sich ihre Nutzung verdreifacht und zählt derzeit über 16 Millionen Nutzerinnen und Nutzer pro Monat (+ 63 Prozent im Vergleich zu 2020).

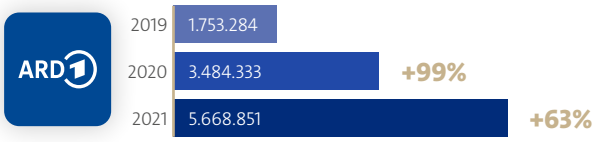
Die ↗ **ARD Audiothek** konnte ebenfalls mit einem Plus von 24 Prozent allein im Vergleich zu 2020 die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer deutlich erhöhen.

Und auch ↗ **KiKA.de** entspricht offensichtlich den Bedürfnissen und Erwartungen der Kinder und Eltern. Die digitalen Angebote des Kinderkanals erreichten 2021 durchschnittlich 8,42 Millionen Visits pro Monat, was einer Verdoppelung seit 2019 entspricht (+ 70 Prozent allein im ersten Corona-Jahr 2020).

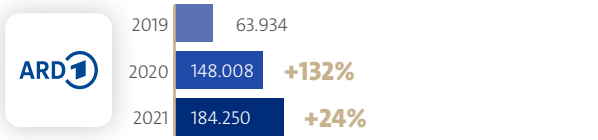
↗ **Sportschau.de** verzeichnete 2020 aufgrund der corona-bedingten Verschiebung von Sportgroßereignissen einen Rückgang, konnte diesen aber vergangenes Jahr mehr als „wettmachen".

Und zu unserer starken Marke ↗ **Tagesschau.de** verweise ich einfach nur auf die Grafik.

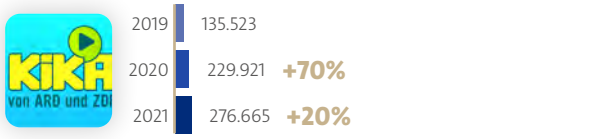
ARD Mediathek (Visits Web, App, SmartTV)



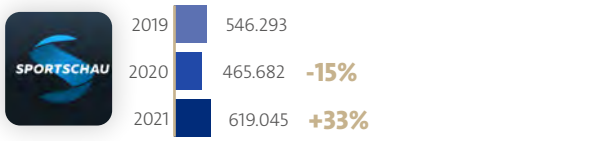
ARD Audiothek (Audio-Abrufe Web, App, Android Auto)



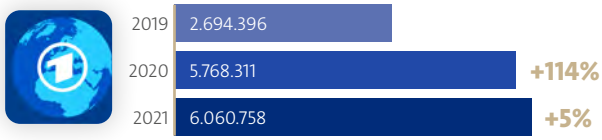
KiKA App (inkl. SmartTV)



Sportschau App (Visits Web, App)



Tagesschau App (Visits Web, App)



Kultur findet sich auf allen fünf Plattformen, aber gebündelt in einem Portal finden Nutzerinnen und Nutzer sie schneller. Im Frühsommer 2022 startet nun in Weimar unter Federführung des MDR das ↗ **digitale Netzwerk „ARD Kultur"**, zusammen mit ZDF, Deutschlandradio und vielen Kultureinrichtungen unseres Landes.

Den Auftakt bildet mit ↗ **„ARD Kultur Creators"** ein Ideenwettbewerb rund um die Frage, was Gesellschaft heute zusammenhält. Ziel ist es, Ideen junger Talente zu fördern und in der digitalen Welt sichtbarer zu machen. Bis 31. März können freischaffende Kreative aus der Kulturszene ihre innovativen Projektvorschläge einreichen.

DAS BESONDERE PROGRAMM

NACHHALTIG WICHTIG FÜR UNS: #UNSERWASSER

Trinkwasser erscheint uns in Deutschland wie eine Selbstverständlichkeit. Doch ist es das wirklich? Was bedeuten die absinkenden Grundwasserspiegel für den Umgang mit unserem Wasser, gehört es noch der Allgemeinheit oder wird es mehr und mehr zum kostbaren Wirtschaftsgut? **Ab 16. März** gehen wir mit ↗ **#unser Wasser** diesen Fragen aus verschiedenen Blickwinkeln nach, ob im Spielfilm, in investigativer Doku oder Dokuserie, ob im Podcast oder über Social Media. Dazu bitten wir auch die Bürgerinnen und Bürger bei einem Crowd Science Projekt mitzumachen und ihre eigenen Beobachtungen aus ihrem unmittelbaren Umfeld zu teilen. Darüber hinaus laden wir mit einer Mitmach-Aktion dazu ein, mit einer „Wasserampel" mehr über den eigenen Wasserverbrauch zu erfahren.

DURCH RECHERCHEN ANS LICHT GEHOLT: DIE „SUISSE SECRETS"

Was investigative Recherche aufdecken kann, wenn sich unterschiedliche Medien in verschiedenen Ländern zusammentun, hat sich in den vergangenen Jahren schon bei den Panama und Pandora Papers gezeigt. Nun ist ein weiteres Kapitel dieser internationalen Investigativarbeit aufgeschlagen worden: 160 Journalistinnen und Journalisten von 48 Medien in 39 Ländern waren an den Recherchen zu „Suisse Secrets – Schmutziges Geld" beteiligt. Bei den „Suisse Secrets" geht es um vertrauliche Daten aus 18.000 Konten der Schweizer Großbank Credit Suisse, die ein Whistleblower an die Süddeutsche Zeitung weitergegeben hat. Diese hat die Daten mit NDR, WDR und internationalen Medienpartnerinnen und -partnern geteilt. Die Auswertung der Daten zeigt, dass die Credit Suisse über Jahre hinweg auch Kriminelle, umstrittene Politikerinnen und Politiker sowie korrupte Geschäftsleute als Kundinnen und Kunden akzeptiert hat. Die Bank ihrerseits bestreitet die Vorwürfe. Die Dokumentation ist in der ↗ **ARD Mediathek** zu sehen. Und unter der wirklich hörenswerten Rubrik ↗ **„Organisiertes Verbrechen"** von NDR Info sind die aktuellen Recherchen in der ARD Audiothek auch als ↗ **Podcast** aufbereitet.

PARALYMPICS UND OLYMPISCHE WINTERSPIELE IN PEKING

Vor den Spielen ist nach den Spielen, denn am **4. März** beginnen die **Paralympics** in **Peking**. Zu sehen bei ARD und ZDF – erneut präsentiert aus dem gemeinsamen Studio in Mainz. Die TV-Sendungen werden mit Gebärdendolmetschung und Audiodeskription ausgestrahlt. Analog zu den Olympischen Spielen werden auch im Radio und auf sozialen Kanälen aktuelle News und Ergebnisse sowie Hintergrundberichte und Erklärstücke zum paralympischen Sport präsentiert. Ab dem ersten Wettkampftag sind alle Entscheidungen mit deutschen Athleten in voller Länge per ↗ **Livestream auf sportschau.de** (Web und App), in der ARD Mediathek und im HbbTV-Angebot von Das Erste zu sehen.

Die Spiele in China und in Zeiten der Pandemie stellen Sportlerinnen und Sportler sowie Journalistinnen und Journalisten mit ihren Teams vor ganz besondere Herausforderungen. Für uns als öffentlich-rechtliche Medien gilt es, in unseren Sportsendungen und den Übertragungen aus Peking eine Balance zu finden zwischen „emotionaler Sportberichterstattung und kritischer Auseinandersetzung“ mit den Spielen, wie es unser Sportkoordinator in der ARD, Axel Balkausky, ausdrückte. Und am Beispiel der Olympischen Winterspiele zeigte sich erneut die Kraft eines Vollprogramms: Denn über die Live-Übertragungen und die Sportberichterstattung hinaus stießen auch die begleitenden Dokumentationen und Reportagen auf überdurchschnittliche Resonanz. Die Dokus ↗ **„Spiel mit dem Feuer – Wer braucht noch dieses Olympia?“** und Die Story ↗ **„China Inside: Winterspiele mit Widersprüchen“** lagen bei Marktanteil und Reichweite über dem Schnitt der Sendeplätze. Bemerkenswert hierbei: der sehr hohe Marktanteil von „Spiel mit dem Feuer“ beim jungen Publikum (mehr als 12 Prozent).

BLICK AUF DIE SPANNENDE GESCHICHTE UNSERES LANDES: ZERV

Das Thema ist hochspannend für alle, die sich für (jüngere) Geschichte interessieren. Aber auch wenn nicht: Die fiktionale Serie zieht einen sofort in den Bann – erst recht, wenn man weiß, dass dahinter reale Geschichte steht. Und ich muss ehrlich zugeben: Mir war bis dato nicht bekannt, dass es unmittelbar nach der Wende gemischte Ermittlerteams aus Ost und West zur Aufklärung von Regierungs- und Vereinigungskriminalität gab. Die ZERV, die Zentrale Ermittlungsstelle für Regierungs- und Vereinigungskriminialität, war die größte SoKo der Kriminalpolizei in der Geschichte der Bundesrepublik. Die Ermittlungen gingen von Waffenkäufen bis hin zur Spionage – dies immer im Wettlauf gegen die Zeit und die drohende Verjährung der Fälle. Der MDR hat dies alles in einer Kombination von Fiktion, Dokumentation und Podcast aufbereitet.

↗ ZERV – Zeit der Abrechnung - ARD | Das Erste
↗ ZERV – Die Ermittler - ARD | Das Erste.

HÖRSPIELINITIATIVE IN DER ARD AUDIOTHEK

Mein Rezept für Auftanken ist übrigens Augen schließen und die Ohren für ein Hörspiel öffnen. „Lost in Neulich“, eine Serie in 24 Teilen, erzählt die Geschichte einer jungen Familie, die von der Stadt aufs Land zieht – mit großen Hoffnungen und vielen Problemen. Das ist unterhaltsam und vor allen Dingen spannend, weil das Dorf Neulich alles andere als verschlafen und idyllisch ist. Dieses und viele weitere, neue exklusive Hörspiele gibt es ab Anfang März in der **↗ ARD Audiothek**.

DER INFOBRIEF DER ARD-GENERALSEKRETÄRIN WIRD HERAUSGEGEBEN VON

ARD-Generalsekretariat
Masurenallee 8-14 | 14057 Berlin
Telefon: +49 30 8904313-11 | E-Mail: presse@ard-gs.de

Sollten Sie den InfoBrief der ARD-Generalsekretärin künftig nicht mehr erhalten wollen, bitten wir um eine kurze E-Mail mit dem Stichwort „Abmeldung InfoBrief“ an presse@ard-gs.de.

FOTONACHWEIS

Seite 2: © ARD/Annette Koroll | Seite 3: © dot_agentur | Seite 4: © NDR/Thorsten Jander | Seite 5: © ARD
Seite 7: © dot_agentur | Seite 9: © ITU | Seite 10: © ARD | Seite 11: © ARD/Alpenblick GmbH/istockphoto
Seite 11: © OCCRP | Seite 12: © Internationales Olympisches Komitee/Lin Cunzhen
Seite 12: © ARD/BR/Dennis Weißmantel | Seite 12: © ARD/WDR/Jan-Philipp Behr
Seite 13: © ARD/W&B Television | Seite 13: ARD/Merav Maroody | Seite 13: © dot_agentur

ZURÜCK ZUR ÜBERSICHT