

Untersuchung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Vereinigten Königreich am Beispiel der British Broadcasting Corporation

06-05-1006-01 Forschungsmodul
Seminar: Mediensysteme im internationalen Vergleich
Wintersemester 2018/2019
Dozent: Dr. Dirk Arnold
Abgabe der Projektarbeit: 07.04.2019

Victoria Glaser

Matrikelnr.:

Mail:

Gina Flemming

Matrikelnr.:

Mail:

Leah Moll

Matrikelnr.:

Mail:

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-------|--|------|
| 1 | Einleitung (GF)..... | 2 |
| 2 | Kontextfaktoren (GF)..... | 3 |
| 2.1 | Historische Entwicklung..... | 3 |
| 2.2 | Kultur: Sozial-kultureller Kontext..... | 4 |
| 2.3 | Ökonomie und Politische Entscheidungen..... | 6 |
| 2.4 | Staatsgröße und Staatsaufbau..... | 7 |
| 2.5 | Rechtliche Grundlagen..... | 7 |
| 2.6 | Technologie..... | 9 |
| 3 | Strukturelle und organisatorische Verfasstheit der BBC (LM)..... | 10 |
| 3.1 | Organisationsaufbau (LM)..... | 10 |
| 3.2 | Unabhängigkeit und Effektivität des Aufsichtsorgans (LM)..... | 11 |
| 3.3 | Finanzierung (GF)..... | 14 |
| 3.4 | Auftrag, Funktion und Ziele (VG)..... | 16 |
| 3.4.1 | Rechenschaftspflicht (VG)..... | 17 |
| 3.4.2 | Selbstregulierung (VG)..... | 18 |
| 4 | Output und Impact (VG)..... | 19 |
| 4.1 | Angebote, Leistungen und Dienste..... | 19 |
| 4.1.1 | Anzahl und Ausrichtung der Fernseh- und Radiosender..... | 19 |
| 4.1.2 | Beschaffenheit der Inhalte..... | 21 |
| 4.2 | Akzeptanz..... | 22 |
| 4.2.1 | Nutzung..... | 22 |
| 4.2.2 | Publikum und Zuschauerschaft..... | 23 |
| 4.2.3 | Vertrauen und Legitimation..... | 24 |
| 4.3 | Politischer Einfluss..... | 25 |
| 4.3.1 | Nachrichten- und Informationsprogramme..... | 25 |
| 4.3.2 | Politischer Einfluss auf Inhalte..... | 26 |
| 4.4 | Ökonomisches Wettbewerbsumfeld..... | 27 |
| 5 | Die BBC in der digitalen Medienumgebung (LM)..... | 28 |
| 5.1 | Digitalisierung der BBC: Anfänge, Organisationsentwicklung und Angebotsausbau..... | 28 |
| 5.2 | Legitimationsdebatte..... | 31 |
| 6 | Fazit (LM)..... | 33 |
| 7 | Anhang..... | I |
| 7.1 | Zuordnung der Verfasserinnen..... | I |
| 7.2 | Abkürzungsverzeichnis..... | I |
| 7.3 | Literatur- und Quellenverzeichnis..... | I |
| 7.4 | Abbildungsverzeichnis..... | IV |
| 7.5 | Eidesstattliche Erklärung..... | VIII |

1 Einleitung (GF)

Großbritannien ist Hallin und Mancini (2004) zufolge, vorrangig dem liberalen Mediensystem-Modell zuzuordnen. Bezeichnend dafür seien ein hoher Grad an Berufsp Professionalität, weitgehende Selbstregulierung in einem formal autonomen Rundfunksystem und moderater Pluralismus, was generell für eine starke Stellung der britischen Medien spricht (S. 67-68). Auch in der Realität bildet sich ein hochentwickeltes, integriertes Mediensystem ab, welches einerseits von einer stark kommerziellen Presse sowie kommerziellem Fernsehen, aber andererseits auch von einer öffentlich fundierten, zentral organisierten British Broadcasting Corporation [BBC] geprägt wird (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Kleis Nielsen, 2018: 50-51; Sehl, Cornia & Nielsen, 2016: 39; Michalis, 2018: 196-197). Diese bildet eine Art Gegengewicht zu den privaten Anbietern, was bei der Betrachtung des Marktanteils von 46% im TV-Bereich, welcher damit im europäischen Vergleich öffentlich-rechtlicher Medienanbieter am höchsten ist, deutlich wird (Grossenbacher, Glaab-Seuken, & Baumgärtner, 2015: 29).

Die vergleichsweise starke Stellung der BBC wird dabei durch verschiedene Aspekte geschützt, welche im folgenden Projektbericht beleuchtet und beurteilt werden sollen. Dabei wird vorrangig die verfassungsmäßige Unabhängigkeit der BBC von Politik und Wirtschaft fokussiert. Zum Verständnis der Rundfunkanstalt wird zunächst auf ihre strukturelle Verfasstheit sowie auf die Art der Finanzierung, welche für den Schutz der BBC nicht unerheblich ist, eingegangen. Weiterhin erfolgt die Betrachtung der Bedeutung ihrer Berufstradition sowie des öffentlichen Auftrags und dessen Umsetzung in Bezug auf den Output unter Beachtung diverser Kontextfaktoren. In diesem Zuge soll auch der Stellenwert der Gesellschaft und deren Verständnis für die Rolle öffentlicher Medien beurteilt werden. (Smith & Stolte, 2011: 44)

Insgesamt sprechen die Umstände für einen starken, öffentlichen Rundfunk und dennoch befindet sich die BBC derzeit im Umbruch angesichts der Potentiale und Risiken, die die Digitalisierung mit sich bringt. Einerseits von der BBC früh gefördert und verstärkt ausgeweitet, könnten die digitalen Entwicklungen für die Rundfunkanstalt nun andererseits zum Legitimationsproblem werden.

Dieser Thematik soll sich der folgende Projektbericht widmen, der aus der Zusammenarbeit von Leah Moll, Victoria Glaser und Gina Flemming im Rahmen des Seminars „Mediensysteme im internationalen Vergleich“ im Modul 1006 hervorgegangen ist. Grundlage für die Analyse bildete eine intensive qualitative Quellenrecherche, bei der sowohl wissenschaftliche Quellen wie Studien und Artikel aus der Fachbranche, Eigenpublikationen der BBC, als auch publizistische Inhalte verwendet wurden. Es soll der Frage nachgegangen werden, wie effektiv und mit welchem Handlungsspielraum die BBC in der Praxis agieren kann und Aufschluss darüber geben, wie sich die Organisation, ihr Auftrag und ihre Leistung in der digitalen Zukunft entwickeln könnten.

2 Kontextfaktoren (GF)

Zur starken Stellung der BBC tragen diverse Kontextfaktoren bei, welche die Rundfunkanstalt unterschiedlich stark geprägt haben, sie nach wie vor beeinflussen und ihr Verhältnis zu Wirtschaft, Politik und Gesellschaft begründen.

In diesem Kapitel sollen die verschiedenen Einflussgrößen analysiert werden, wobei ein besonderes Augenmerk auf der Bedeutung des sozial-kulturellen Kontexts und der rechtlichen Grundlage der BBC liegt.

2.1 Historische Entwicklung

Die BBC entwickelte sich in einem früh demokratisierten politischen System, was auch die zeitige Durchsetzung der Massenpresse in Großbritannien begründet (Blum, 2005: 7). In diesem Zusammenhang entstand 1922 die „British Broadcasting Company“ als Initiative von verschiedenen Unternehmen, um die Funktechnik in Großbritannien zu verbreiten sowie ein Gegengewicht zur Monopolstellung der Zeitungsindustrie zu bilden. Dennoch wendete sich die Öffentlichkeit erst mit dem britischen Generalstreik 1926 und diesbezüglichen dem Stillstand des Zeitungsdrucks dem Radiosender zu. Die Abwendung einer staatlichen Übernahme zu dieser Zeit, betonte früh den Grundsatz der politischen Unabhängigkeit der BBC. Diese wurde auch durch die erste Royal Charter am 20.12.1926 schriftlich festgehalten, welche die BBC, nun „British Broadcasting Corporation“, zu einer staatlichen Institution außerhalb des Einflussbereichs der Regierung macht. John Reith prägte damals den grundsätzlichen Auftrag der BBC, als unabhängiger Sender, frei von politischem oder kommerziellem Druck, die Nation zu erziehen, zu informieren und zu unterhalten („Reithian Trinity“). Die damals etablierte Royal Charter prägt bis heute den Programmauftrag, die Struktur und gemeinsam mit dem Agreement die Finanzierung der BBC. Ab 1946 begann neben dem Hörfunk auch der regelmäßige Fernsehbetrieb. Das Medium Fernsehen feierte seinen Durchbruch mit der Übertragung der Krönung Elisabeth II. im Jahr 1952, welche 22 Millionen Zuschauer verfolgten. (Grossenbacher et al., 2015: 36; Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 3; Institut für Medien- und Kommunikationspolitik [IfM], 2017; Bundeszentrale für politische Bildung [bpb], 2012)

Anhand dieses Beispiels wird auch die Verknüpfung der unmittelbaren Funktion der BBC mit ihrem ideellen Wert für die britische Gesellschaft und deren Repräsentation deutlich. Auf diese Weise konnte sie sich langfristig als Teil der britischen Identität etablieren. (Jungclaussen, 2015; Zschke, 2016)

Jedoch sanken mit der Gründung kommerzieller, werbefinanzierter Sender ab 1955 die Zuschauerzahlen der BBC, was die Rundfunkanstalt erstmals unter Druck wirtschaftlicher Kräfte setzte (bpb, 2012).

Die Konkurrenzsituation in Großbritannien ist nach wie vor aktuell und spitzt sich angesichts der digitalen Verlagerung weiterhin zu, sodass die BBC bis heute ihre Funktion gegenüber ihren kommerziellen Rivalen und Kritikern rechtfertigen muss (Firmstone, 2019).

1979 begann die BBC selbst, als BBC Enterprises Ltd kommerziell tätig zu werden. Dieser Umstand macht die Beziehung der BBC zum Werbemarkt interessant, da sie einerseits von diesem unabhängig agieren soll, jedoch andererseits einen Teil des Unternehmens auf diesen ausweitet. Ebenso hervorzuheben ist auch die frühzeitige Investition in den digitalen Bereich, welche sich schon mit dem Einstieg ins digitale Fernsehen in den 1990er Jahren abzeichnet. 1998 wird die Onlinepräsenz der BBC als offizieller Tätigkeitsbereich genehmigt, was zum aktiven Betrieb der Webseite BBC News Online führt. Die Rundfunkanstalt hat das Potential einer Digitalpräsenz frühzeitig erkannt und diesen Sektor stetig weiterentwickelt, wie anhand diverser Digitalstrategien zum Beispiel [z. B.] durch Einführung des iPlayers deutlich wird (siehe Kapitel 5). (Ramsey, 2018: 155; IfM, 2017; Politics.co.uk, k.D.; bpb, 2012)

Insgesamt wird von mehreren wissenschaftlichen Quellen die Bedeutung der BBC als erste öffentliche Rundfunkanstalt mit einem konkreten Auftrag, auch in Bezug auf die wegweisende Rolle für andere europäische Rundfunksysteme, insbesondere nach dem Zweiten Weltkrieg, betont (Lis, Nienstedt & Günster, 2017: 28, 35; Gransow, 2018: 139; Murdock, 2018: 51; Grossenbacher et al., 2015: 36). Sowohl wissenschaftliche als auch publizistische Quellen stimmen darin überein, dass die wichtigsten Kriterien in Verbindung mit der BBC Unabhängigkeit und Selbstregulierung seien, sodass sie nicht nur integrierter Teil der britischen Gesellschaft sei, sondern auch als weltweites Vorbild angesehen werde (Jungclaussen, 2015; Zschke, 2016; Firmstone, 2019; Frey-Vor, 2018: 88; Grossenbacher et al., 2015: 155). Dieser Aspekt könnte wiederum auch in Zusammenhang mit ihren kommerziellen Aktivitäten stehen, die nach Gransow (2018) die globale Rolle des Landes und der Rundfunkanstalt durch den Export von Sendungen und Formaten stärken würden (S. 160).

2.2 Kultur: Sozial-kultureller Kontext

Aufgrund der Zusammensetzung Großbritanniens aus den Landesteilen England, Wales, Schottland und Nordirland ergibt sich eine besondere Situation für den Tätigkeitsbereich des öffentlichen Rundfunks. Die verschiedenen Amtssprachen (Englisch, Irisch, Schottisch-Gälisch, Scots, Walisisch et cetera [etc.]) und diversen Kulturbereiche müssen gemäß des öffentlichen Auftrags hinreichend abgedeckt werden, um die Vielfalt des Landes angemessen repräsentieren zu können. So ist es beispielsweise die Aufgabe der BBC, das Programm in Minderheitensprachen auszugeben (Smith & Stolte, 2011: 26). Des Weiteren ist die BBC verpflichtet, diesbezüglich nicht nur journalistische Themen zu behandeln, sondern auch bei der personellen Zusammensetzung der Redaktionen auf Ausgeglichenheit zu achten z. B. hinsichtlich der Gleichbehandlung von Mann und Frau oder der Beschäftigung von Menschen mit Behinderung, ethnischer Minoritäten, sowie Minderhei-

ten unterschiedlicher sexueller Orientierung. (Frey-Vor, 2018: 91- 93; Grossenbacher et al., 2015: 156-157; Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b: Teil 1, §14¹)

Ziel dessen sei die Schaffung einer starken Gesellschaft mit umfassendem Wissen und Fähigkeiten, welche sich durch soziale und gemeinschaftliche Werte auszeichnen soll. Die Darstellung der Facetten des Landes soll des Weiteren einen Beitrag zu Toleranz und gegenseitigem Verständnis bilden. Diese im Auftrag verankerten Grundaufgaben spiegeln die bereits zuvor erwähnte Abbildung britischer Identität durch die BBC wider und legitimieren damit gleichzeitig ihre besondere Rolle vor Gesellschaft und Politik. (Gransow, 2018: 160)

Dennoch eröffnet sich die Frage, inwiefern die BBC all diesen Anforderungen gerecht werden kann?

Hinsichtlich der Stiftung von gemeinschaftlicher Identität versuche die BBC, eigenen Angaben zufolge, die „Kreativindustrie“ in ihrer Diversität abzubilden. Dementsprechend setze sich die BBC zur Stärkung ihrer Attraktivität auch als Arbeitgeber langfristige personelle Ziele, z. B. die Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen von 43% 2018 auf 50% bis 2020 oder die Erhöhung des Anteils ethnischer Minderheiten in Führungspositionen von 10% 2018 auf 15% bis 2020. Weiterhin versuche man, die Landesteile durch lokale Produktionen wie „Paula“ (Nordirland) oder „The Replacement“ (Schottland) einzubeziehen. (BBC, 2018a: 40)

Des Weiteren hat die BBC Divisionen in allen Teilen Großbritanniens etabliert, welche den Einbau eines regionalen Fensters zum Hauptprogramm ermöglichen (Grossenbacher et al., 2015: 156-157). Außerdem existieren spezielle Sprachkanäle, zu deren Unterstützung und teils Finanzierung sich die BBC im Agreement verpflichtet (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 23-25). So versucht man, Wales mit BBC Cymru, einem walisisch-sprachigen Sender mit Programmfenster zur Förderung der Zweisprachigkeit, und mit Sianel Pedwar Cymru, kurz S4C, einem ausschließlich walisisch-sprachigen Sender, welcher die meisten Produktionen von BBC Cymru übernimmt, gerecht zu werden. Die BBC kommt damit den Forderungen des Welsh Language Acts von 1993 nach, der die englische und walisische Sprache gleichsetzte (Grossenbacher et al., 2015: 14-15). In Schottland hat die Rundfunkanstalt mit BBC Alba einen schottisch-gälischen Sprachkanal etabliert (ebd.: 155). In Nordirland wird der Repräsentation der irischen Sprache und Ulster-Scots lediglich mit BBC Radio Ulster und BBC Radio Foyle, nicht aber mit eigenen TV-Sendern, nachgekommen (BBC, 2018a: 49).

Zudem bemüht sich die BBC um den Einbezug der Landesteile in Organisation und Management. Mittels Publikumsräten sollten, zumindest zu Zeiten des BBC Trusts, die Interessen der jeweiligen

¹Die Royal Charter ist nicht mit Seitenzahlen nummeriert. Stattdessen teilt sie sich in zwei Teile ein. Der erste Teil „Incorporation and Objects“ beinhaltet 72 Unterpunkte und der zweite Teil „Schedule: Transitional Arrangements“ beschäftigt sich in weiteren 15 Unterpunkten mit den Regelungen für die Übergangsperiode von der letzten Charterperiode zur neuen. Im Folgenden wird zur Zitation jeweils der betreffende Teil (1. oder 2. Teil) der Charter und danach der jeweils relevante Unterpunkt zum besseren Verständnis als Paragraph angegeben (z.B. Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b: Teil 1, §45).

Zuschauerteile in die Inhalteproduktion einfließen und danach auch die Leistung und eventuelle Neuausrichtung der BBC beurteilt werden (BBC, 2014: 34). Dementsprechend sind die Länder auch durch Mitglieder in der Aufsicht, im Sinne des BBC Boards, vertreten (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b: Teil 1, §23).

Dennoch ist davon auszugehen, dass die regionalen Ableger aufgrund der zentralisierten Organisationsstruktur, stark abhängig vom „Dachunternehmen“ BBC und gegenüber diesem nicht gleichberechtigt sind. Deutlich wird das beispielsweise in Anbetracht der „Network television production“ der BBC 2017/18. Die Ausgaben für die Produktion von Fernsehprogrammen in den einzelnen Landesteilen sind von 2016 zu 2017 sogar teilweise zurückgegangen (Nordirland 2,4%, Schottland 9,1%, Wales 6,7%) (BBC, 2018a: 43). Auch die Finanzierung der Sprachkanäle, welche teilweise auf Druck der Regierung in der Royal Charter festgesetzt wird (Schweizer & Puppis, 2018: 119), ist repräsentativ für diese Abhängigkeit und unzureichend für eine umfassende Darstellung der spezifischen Landes- und Sprachkulturen. Dafür sprechen auch Nutzerbefragungen, die seitens der BBC, durchgeführt worden sind, weshalb auch die Interpretation der Ergebnisse kritisch hinterfragt werden sollte. Nur 55% der befragten Erwachsenen gaben an, dass die BBC den Teil, in dem die Befragten leben, effektiv reflektieren würde und 20% gaben sogar an, die BBC sei diesbezüglich ineffektiv (BBC, 2018a: 38).

Die BBC wird auch künftig eine dominante Stellung im Mediensystem Großbritanniens einnehmen, jedoch nur, wenn sie den Rückhalt in der Gesellschaft als wichtige „Säule“ nicht verliert und sich verstärkt deren spezifischen Interessen widmet (Nowak, 2014: 19; Zaschke, 2016). Gerade digitale Investitionen könnten die Situation der Unterrepräsentation bestimmter kultureller Bereiche entschärfen, da Inhalte problemlos bereitgestellt, angemessen mehrfach verwertet werden und mit Besitz eigener technischer Infrastrukturen kostengünstiger distribuiert werden könnten. Im Sinne dessen könnte die Effektivität der BBC bei der Versorgung der einzelnen Kulturbereiche mit Ausweitung der Digitalstrategien definitiv gewährleistet werden.

2.3 Ökonomie und Politische Entscheidungen

Die Unabhängigkeit der BBC als Organisation wurde bisher zwar weitgehend ersichtlich, dennoch wird von Nowak (2014) herausgestellt, dass der britische Mediensektor an sich relativ stark von der Wirtschaftspolitik beeinflusst werde (S.18-19). Auch Frey-Vor (2018) kommt zu der Einsicht, dass der innovative nationale Mediensektor, von der BBC selbst als „creative economy“ („Kreativindustrie“) bezeichnet (BBC, 2018a: 40), auf wirtschaftspolitische Einflüsse zurückzuführen sei (S.89). Für die Balance nationaler Produktionen mit ausländischen Investitionen sei laut Frey-Vor (2018) eine „[...] sorgfältige Regulierung des Rundfunks [...]“ (S.89) verantwortlich. Dennoch sei an dieser Stelle anzumerken, dass diese Aussagen nur zwei Quellen entnommen wurden und deren Gehalt, in Anbetracht des allgemeinen Bezugs und der ungenügenden argumentativen Be-

gründungen, eher kritisch zu betrachten ist. Weiterhin sind diese Umstände eher der Politik, als dem Einfluss wirtschaftlicher Entwicklungen zuzuordnen. In diesem Zusammenhang sind sie beispielhaft für den großen Einfluss politischer Entscheidungen auf die BBC (Nowak, 2014: 19). Insgesamt scheint der Einfluss der Wirtschaft vergleichsweise gering gegen den der Politik. Direkte finanzielle „Abhängigkeiten“ von der Konjunktur ergeben sich durch die Variation des Inflationsausgleichs, der der BBC von der Regierung jährlich zugestanden wird (BBC, 2018c: 3, 32), sowie in der generellen Gebührenanpassung unter Berücksichtigung des CPI, des Consumer Prices Index (BBC, 2018a: 70). Demgegenüber wird der politische Druck auf den Rundfunkanbieter vor allem mit Neuauflage der Charter deutlich, z. B. durch die Festlegung von Einsparungen in Höhe von 3,5% jährlich seit 2017/2018, durch die finanzielle Beteiligung am Ausbau des Breitbandinternets, durch den Entzug staatlicher Zuschüsse bei der Finanzierung des Worldservices (Grossenbacher et al., 2015: 161) oder hinsichtlich der Kostenübernahme der von der Rundfunkgebühr befreiten über 75-Jährigen (Schweizer & Puppis, 2018: 119). Resultate solcher Bestimmungen äußern sich beispielsweise in der Einstellung von Angeboten der BBC oder einer hohen Zahl an Entlassungen. (Frey-Vor, 2018: 90; Freedman & Schlosberg, 2011: 27)

Insgesamt wird die Wirkmacht der Politik gerade bei der Debatte um die Royal Charter direkt sichtbar (ebd.: 88-89), sodass die BBC vielleicht unabhängig vom politischen Klima des Landes bei der Inhalteproduktion ist (Nowak, 2014: 19), aber durch politische Entscheidungen und daraus resultierendem finanziellen Druck, in eine bestimmte Richtung gelenkt werden kann.

2.4 Staatsgröße und Staatsaufbau

Wie bereits im historischen Abriss erwähnt, entwickelte sich und besteht die BBC nach wie vor in einer demokratischen Gesellschaft (Nowak, 2014: 18). Großbritannien zählt im europäischen Vergleich zu den fünf bevölkerungsreichsten und auch finanziell reichsten Ländern (Bermejo et al., 2014: 213). Diesbezüglich weist das Land mit regionalen Ausnahmen eine starke Urbanisierung und dichte Besiedelung von ca. 66 Millionen Einwohnern (The World Bank, 2019) auf einer Fläche von 243.610 km² auf (Grossenbacher et al., 2015: 155). An dieser Stelle sei jedoch erneut die Teilung des Landes in unterschiedliche Amtssprachen zu betonen, deren Repräsentation, festgelegt im Programmauftrag der Royal Charter, von der BBC berücksichtigt werden muss.

2.5 Rechtliche Grundlagen

Die Royal Charter stellt, in Verbindung mit dem Broadcasting Agreement, die rechtliche Grundlage und somit die Basis für den Aufbau, die Funktionen und das Handeln der BBC dar. Die Royal Charter bestimmt dabei über strukturelle und organisatorische Dimensionen wie Aufsicht, Leitung, Verantwortlichkeiten und Rechenschaftspflichten, während das Agreement Selbstregulierungspflichten, Ziele, Aufgaben, einzelne Tätigkeitsbereiche und die Finanzierung dieser festschreibt. Es wird

ersichtlich, dass sie sich als Kern der ältesten öffentlichen Rundfunkanstalt, seit ihrem ersten Inkrafttreten 1927, gehalten hat. (Frey-Vor, 2018: 88; Nowak, 2014: 15; Grossenbacher et al., 2015: 36, 155)

Da der Programmauftrag beziehungsweise das öffentliche Interesse essentieller Bestandteil der Charter ist, wird diese alle zehn oder wie derzeit elf Jahre erneuert. (Grossenbacher et al., 2015: 155; Frey-Vor, 2018: 90) Dieser Prozess steht vermutlich eng in Verknüpfung mit der Legitimation und dem Vertrauen seitens der Gesellschaft. Die Akzeptanz der BBC muss öffentlich gesichert werden, beispielsweise indem Angebote, Leistungen und Dienste stetig dem sich wandelnden Kontext angepasst werden, indem die hohen finanziellen Mittel im Sinne des öffentlichen Interesses genutzt werden oder indem journalistische Werte wie Qualität, Vielfalt und Unabhängigkeit garantiert werden. (Gransow, 2018: 143; Firmstone, 2019)

Einerseits kann der Turnus von zehn Jahren, vor dem Hintergrund einer dynamischen Gesellschaft, stetiger medialer Entwicklung und technischer Neuerungen, als einschränkend erachtet werden. Die BBC ist dadurch langfristig in ihren Vorhaben und Plänen sowie im Hinblick auf das Budget festgelegt. Andererseits kann die Wirkdauer der Royal Charter auch als Rahmen der Selbstregulierung angesehen werden, da das rechtliche Übereinkommen über ein Jahrzehnt nicht verändert werden kann (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 5). Mehrere wissenschaftliche Quellen stimmen dahingehend überein, dass die Wahrung der (politischen) Unabhängigkeit die wichtigste Funktion der Charter sei (Nowak, 2014: 15; Grossenbacher et al., 2015: 155; Firmstone, 2019). Dem Neuaufsetzen der Royal Charter geht zwar eine breite öffentliche Debatte voraus, an der sich sowohl Politik, Gesellschaft als auch wirtschaftliche Akteure der Medienwelt beteiligen, dennoch wird das Dokument, mit Übereinkunft der BBC und dem Secretary of State for Culture, Media and Sport, für die genannten Einflussgrößen unveränderlich, was die Handlungsfreiheit und Effektivität der BBC wiederum stärkt. (Frey-Vor, 2018: 88; Gransow, 2018: 143)

Die aktuelle Royal Charter vom 1. Januar 2017 wird mit ihrer Laufzeit von elf Jahren sogar erstmals aus dem Turnus der Parlamentswahlen herausgehalten und gewährt damit der nächsten größeren Schutz vor politischen Einflüssen (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 5).

Ihr Fokus liegt auf umfassenden digitalen Entwicklungen, wie der Verbreiterung des Internetzugangs und der Ausweitung der Personalisierungsmöglichkeiten für Nutzer, auf welche im Kapitel 5 noch näher eingegangen wird. (Frey-Vor, 2018: 88-90).

Weiterhin wurden in der Organisationsstruktur neue Regulierungen getroffen, welche die Abschaffung des Trusts und die Etablierung eines einzigen Vorstands durch das BBC Board bedeuteten. Ofcom wurde zur alleinigen Aufsichtsbehörde der BBC ernannt (BBC, 2018a: 16). Generell spiegeln diese Änderungen wesentliche Vereinfachungen in Aufsicht und Kontrolle wider, weshalb

davon ausgegangen werden kann, dass die BBC dadurch effektiver agieren sollte (siehe Kapitel 3.1 und 3.2).

Insgesamt hat die breite, öffentliche Debatte zu dieser Royal Charter mehrheitlich für den Erhalt der Aufgabenbreite und des Finanzierungssystems der BBC sowie für den Ausbau ihres Digitalnetzwerks gestimmt, was einerseits auf überwiegenden Rückhalt seitens der Politik sowie Vertrauen und Akzeptanz seitens der Gesellschaft schließen lässt (Frey-Vor, 2018: 93-94).

2.6 Technologie

Wie bereits in Kapitel 2.1 erwähnt, spielte die BBC eine Schlüsselrolle bei der Ausweitung der Digitalisierung und der Adaption des Internets in Großbritannien. Der Erfolg des digitalen Services trieb den Ausbau des Satelliten- und Kabelfernsehens voran. Die BBC sollte eine führende Rolle in den britischen Umstellungsplänen spielen, wodurch deutlich wird, dass dieser Prozess auch seitens der Politik befürwortet und vorangetrieben wurde, wie auch anhand der Charter „Building Digital Britain“ von 2007 ersichtlich wird. (Ramsey, 2018: 154-155) So wurde die BBC auch später in den Ausbau der technischen Infrastruktur einbezogen, indem sie einen Teil der Kosten für den Breitbandanschluss auch in ländlichen Gebieten mitfinanzieren sollte (Frey-Vor, 2018: 90).

Die BBC selbst schloss jüngst neue Verträge mit Technologiediensten im Hinblick auf die Erneuerung der Bereitstellung und Verwaltung digitaler Services ab. So soll nun größere Flexibilität und besseren Zugang zu neuen Technologien ermöglicht werden, indem In-House-Teams mit externen Anbietern zusammenarbeiten (BBC, 2018a: 71). Begründung finden diese umfangreichen Investitionen zur Förderung technologischer Innovationen in der effektiven Erfüllung des öffentlichen Zwecks (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b: Teil 1, §15). Dennoch werden derartige Entwicklungen häufig kritisch hinterfragt, gerade da diese Investitionen mit öffentlichen Geldern finanziert werden, aber nicht jeder Lizenznehmer die Dienste nutzen kann (Politics.co.uk, k.D.; Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 27-29). Andererseits zeigt sich bei Betrachtung der Internetnutzung in Großbritannien, dass bereits 95% der Briten das Internet nutzen (Newman et al., 2018: 6). Ebenso deutlich geht auch die Bedeutung der Online-Medien als Quelle für Nachrichten mit 74%, im Gegensatz zum deutlich einbrechenden Medium Fernsehen von 79% 2013 zu 66% 2018, aus dem Digital News Report des Reuters Institute (2018) hervor (S. 62). Dieser Trend zeichnet sich auch im Hinblick auf die genutzten Geräte zum Abruf von Nachrichten ab. So verliert der Laptop deutlich an Relevanz (67% zu 50%), während sich die Nutzung des Smartphones von 2013 zu 2018 fast verdoppelt hat (29% zu 56%). Darüber hinaus zeigt sich, dass die BBC die Marke ist, die online mit 43% nicht nur am stärksten genutzt wird, sondern der die Briten am meisten vertrauen, was wiederum die Wichtigkeit der Gesellschaft für ihr zukünftiges Fortbestehen spiegelt. (ebd.: 62)

3 Strukturelle und organisatorische Verfasstheit der BBC (LM)

Im Folgenden soll der organisatorische Aufbau der BBC mit einem Fokus auf die Führungsstruktur und Aufsicht genauer dargestellt werden. Im Anschluss daran werden sowohl die Finanzierungsform als auch der Auftrag genauer in den Blick genommen. Die genannten Punkte sollen hier mit besonderem Fokus auf die Unabhängigkeit von staatlichen, kommerziellen und gesellschaftlichen Einflüssen und den Handlungsspielraum der BBC, bezogen auf die ihr gestellten Vorgaben, analysiert werden.

3.1 Organisationsaufbau (LM)

Als Rundfunkanstalt für das gesamte Vereinigte Königreich, unterscheidet sich die BBC insofern von Rundfunkanstalten vieler anderer Länder, als dass sie insgesamt vier verschiedene Regionen mit zum Teil unterschiedlichen Sprachen und eigenen kulturellen Eigenschaften zu bedienen hat. Zudem kommt der Anspruch hinzu, zusätzlich einen *World-Service* bereitzustellen und international vertreten zu sein. Daraus folgt eine vielschichtige und komplexe Organisationsstruktur mit zahlreichen Untereinheiten. Im folgenden Teil sollen die wichtigsten Organisationsstrukturen kurz umrissen werden, die für ein Verständnis der grundlegenden Funktionsweise der BBC im Verhältnis zu Staat, Wirtschaft und Gesellschaft notwendig sind.

Das der BBC übergeordnete Ministerium ist das Department for Digital, Culture, Media and Sports (DCMS) (Nowak, 2014: 15). Dieses kann vor allem einen Einfluss ausüben, wenn die *Royal Charter* und das *Agreement* alle zehn Jahre ausgehandelt werden, da es bei den beiden verfassunggebenden Dokumenten in Übereinkunft mit der BBC herausgebend mitwirkt und somit den regulatorischen Rahmen für den Auftrag, die Aufgaben der Ofcom, den *World Service* und für viele weitere Aktivitäten der BBC mit festlegt.

Bezüglich ihrer Angebote teilt sich die BBC thematisch in die Bereiche *Television*, *Radio*, *Online*, *Around the UK*, *Around the World* und *Commercial* ein. *Around the UK* bezieht sich hier auf die verschiedenen Regionen des Vereinten Königreichs, die die BBC mit ihren Angeboten bedienen muss², und *Around the World* auf die international ausgerichteten Angebote³ (BBC, 2019c). Unter dem Bereich *Commercial* lassen sich die verschiedenen kommerziellen Tochtergesellschaften fassen - beispielsweise die *BBC Studios*. Der regulatorische Rahmen für jene kommerziellen Tätigkeiten wird im *Agreement* festgelegt (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 15ff.). Von ihrem Umsatz wird jährlich ein Teil zurück an die BBC geführt, was die Einnahmen durch die Lizenzgebühr ergänzen soll. (bpb, 2012; BBC, 2019a)

Das *BBC Board* stellt die oberste interne Führungsebene dar. Dem Board unterstellt sind das *Executive Committee* und verschiedene weitere Sub-Komitees. Das *Executive Committee* ist für die

² Hierzu gehören *BBC Scotland*, *BBC Wales*, *BBC Northern Ireland*, *BBC English Regions*, *BBC North*

³ Hierzu gehören der *BBC World Service*, *BBC World News*, *BBC Studios*, *BBC Monitoring*

Betriebsführung, also die Ausführung und Erreichung der festgelegten Strategien und Ziele sowie für alle Angebote, die die BBC bereitstellt, zuständig. Es besteht derzeit aus 15 Direktoren und Direktorinnen, die für die Leitung verschiedener Betriebsbereiche verantwortlich sind. Ihnen steht der so bezeichnete *Director-General* vor. Das *BBC Board* lässt sich als Vorstand begreifen, dessen Hauptaufgabe neben vielen weiteren Zuständigkeiten die Festlegung der Strategien und des kreativen Auftrags ist. Dem *BBC Board* kommt damit die Pflicht zu, die Geschäftsführung zu ernennen, die Effektivität der Organisationsstruktur und die Zusammensetzung der Mitarbeiterschaft im Hinblick auf ihre Kompetenzen zu überwachen, die Finanzen zu verwalten und vor allem alle Aktivitäten der BBC vor dem Hintergrund der *Public Purposes* als übergeordnetem Anspruch zu beurteilen. Damit soll es die Effizienz und Effektivität des operativen Managements der BBC und ihrer kommerziellen Tochtergesellschaften, gemessen an den Vorgaben der *Royal Charter* und des *Agreements*, sicherstellen. Dass die BBC ihren Pflichten gemäß des Auftrags nachkommt, muss das *BBC Board* deswegen jährlich in Form des *Annual Reports* nachweisen und für das jeweils kommende Jahr einen *Annual Plan* aufstellen. Das *BBC Board* besteht zur Zeit aus 13 exekutiven- und nicht-exekutiven Mitgliedern, dessen Vorsitz der sogenannte *Chairman* David Clementi inne hat. Vorgesehen wären insgesamt 14 Mitglieder, da vier der Mitglieder jeweils die vier Regionen des Vereinigten Königreichs im Board vertreten sollen. Bisher fehlt jedoch ein repräsentatives Mitglied aus Nordirland. (BBC, 2019b; BBC, 2018a; Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b: Teil 1, §20)

Die *Oofcom* (Office of Communications) fungiert seit 2017 als externes Hauptaufsichtsgremium für alle Aktivitäten der BBC. Zwar kamen ihr bereits vorher gewisse Kontrollaufgaben zu (Gransow, 2018: 145f.), jedoch ist sie erst seit Inkrafttreten der neuen *Royal Charter* im Jahr 2017 als Hauptaufsichtsorgan für die BBC zuständig⁴. Davor wurde die Aufsicht größtenteils vom Selbstkontrollorgan *BBC Trust* übernommen. Da der *BBC Trust* zu dieser Zeit sowohl für die Durchführung des *Public Value Tests* als auch für die Festlegung der strategischen Ziele der BBC und zu großen Teilen für die Auswahl der Mitglieder des *Executive Boards* (bpb, 2012) zuständig war, hatte er auch Einfluss auf das operative Management.⁵

3.2 Unabhängigkeit und Effektivität des Aufsichtsorgans (LM)

Nachfolgend soll diskutiert werden, ob die Organisationsstruktur der BBC institutionell als unabhängig von äußeren Einflüssen zu begreifen ist. Zudem soll dieser formale Rahmen mit der faktischen Autonomie der BBC abgeglichen werden.

Dass alle internen Entscheidungen, Tätigkeiten, Strukturen und Angebote der BBC prinzipiell von äußeren Einflüssen unabhängig sein sollen, um uneingeschränkt dem öffentlichen Ziel – den soge-

⁴ Ihre frühere Position als Aufsichtsorgan ist in Abbildung 1 im Anhang veranschaulicht.

⁵ Eine genauere Darstellung der früheren Führungs- und Aufsichtsstruktur der BBC vor der aktuellen Charter findet sich in Abbildung 1 im Anhang.

nannten *Public Purposes* – zu dienen, ist zum einen ein zentraler Eigenanspruch der BBC, wird aber auch seitens der Politik und der Gesellschaft verlangt. Aus diesem Grund ist der Unabhängigkeitsanspruch fest in der *Royal Charter* verankert (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a). Unabhängigkeit – auch gewährleistet durch ein vom Staat unabhängiges Kontrollorgan – ist also eine der notwendigen Voraussetzungen für das Erfüllen der *Public Purposes* (Gransow, 2018: 140).

Wie bereits beim *BBC Trust* (Gransow, 2018: 144) werden auch manche Mitglieder des neuen *BBC Boards* über öffentliche Verfahren berufen. Der *Chairman*, der den Vorsitz des Boards inne hat, und die vier *Nation Members*, die die vier Regionen vertreten, werden von einer Auswahlkommission der Regierung vorgeschlagen und letztlich von der Queen ernannt (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b: Teil 1, §22 & §23). Der Punkt der Ernennung mancher Mitglieder durch die Regierung und die Einflussmöglichkeiten der Regierung auf Lizenzgebühren und die *Royal Charter* sind häufig diskutierte Punkte. So stellt Eva Nowak fest, dass die BBC auf der einen Seite formal abhängig von der Regierung ist. Andererseits könne sie alltäglich verhältnismäßig autonom handeln, da die bisherigen Regierungen verschiedenster politischer Richtungen immer die Existenzberechtigung und die Notwendigkeit der Unabhängigkeit der BBC respektiert hätten (Nowak, 2014: 15). Sie begründet dieses Phänomen mit verankerten soziokulturellen Eigenschaften der Medientradition im Vereinigten Königreich: „On the other hand, the cultural role of the BBC seems to prevent direct political influence, although its governance system is highly dependent on the government“ (ebd.: 16). Hier muss jedoch angemerkt werden, dass Nowak diese Einschätzung noch in Zeiten des *BBC Trusts* abgibt. Es lässt sich hier nicht ausschließen, dass sich seit den strukturellen Veränderungen der neuen *Royal Charter* etwas an der von Nowak beschriebenen faktischen Autonomie geändert hat. Nowaks Einschätzung unterstützend kommen auch die Autorinnen Psychogiopoulou et al. zu einem ähnlichen Schluss. So sei die Notwendigkeit und Bedeutung der BBC in der öffentlichen Meinung weithin anerkannt und unterstützt (Psychogiopoulou et al., 2012: 44). Zudem seien in der journalistischen Kultur Großbritanniens eine starke Professionalität, Unparteilichkeit und publizistische Unabhängigkeit verankert, die politischen Einflussversuchen entgegenwirken (ebd.: 42). Auch werde der tatsächliche Einfluss durch eine Reihe von „explicit guarantees, conventions and cultural expectations“ (ebd.: 41) eingeschränkt. So werde beispielsweise die Ernennung der Trustmitglieder durch die Minister und die Queen von einem unabhängigen Kommissar für öffentliche Ernennungen begleitet und dessen Empfehlungen würden im Allgemeinen auch von den Ministern akzeptiert und übernommen werden (ebd.: 41). Unabhängige Experten würden bei den Auswahlverfahren eine zentrale Rolle einnehmen und sollen die Unabhängigkeit der Ernennungen garantieren (Grossenbacher et al., 2015: 37). Die frühere Einsetzung der Trust-Mitglieder durch die Regierung wird auch von Grossenbacher et al. als lediglich „formaler Akt“ bezeichnet (ebd.: 19).

Des Freedman spricht sich gegen diese Interpretation der de-facto-Unabhängigkeit aus. Ihm zufolge sei zunächst die allgemeine Erwartungshaltung problematisch, die sich gegenüber öffentlich-rechtlichen Medien manifestiert habe und wonach sie als Fremde oder Outsider unabhängig aus einer objektiven Perspektive heraus agieren könnten. Freedman hält diesem Standpunkt entgegen, dass öffentlich-rechtliche Institutionen grundsätzlich nie wirkliche Fremde seien, da sie an der Konstruktion nationaler Identität beteiligt seien und demnach immer mit der jeweiligen Landestradi-tion verknüpft seien (Freedman, 2018: 3). Dies könne auch auf die BBC übertragen werden, die Freedman zufolge der „ultimate ‚insider““ (ebd.: 4) in Großbritannien sei. Sie entbehre damit der Fähigkeit, einen dem Staat und der Gesellschaft gegenüber objektiven Journalismus zu liefern und sei darüber hinaus derart in bestehende Eliten und Machtverhältnisse integriert, dass sie nicht un-abhängig von verschiedenen Interessengruppen agieren könne. Die Einflussmöglichkeit der Regie-rung auf die Auswahl der Führungsmitglieder werde demnach auch effektiv wahrgenommen. Freedman unterstellt hier einen lobbyistischen „revolving door“-Effekt (ebd.: 7) und nennt zahlrei-che Beispiele für die Ernennungen von Führungsmitgliedern der BBC, bei denen Parallelen zu poli-tischen Absprachen gezogen werden konnten oder den betreffenden Personen ein darauffolgen-des politisches Amt versprochen wurde. Legt man diese Argumentation zugrunde, ließe sich deut-lich ein staatlicher Einfluss auf die personellen Strukturen innerhalb der BBC unterstellen und da-mit die de-facto-Unabhängigkeit infrage stellen. (Freedman, 2018)

Auch der Einfluss der Regierung auf die Höhe der Lizenzgebühr ist darauf zu überprüfen, ob er zu einer Abhängigkeit der BBC von der Regierung oder beispielsweise zu mehr Unabhängigkeit von kommerziellen Interessengruppen und Werbetreibenden (Politics.co.uk, k.D.; Freedman & Schlos-berg, 2011: 28) führt. Weiterhin relevant ist die Frage danach, ob die BBC durch die kommerziellen Aktivitäten mehr finanzielle Handlungsfreiheit erhält (Grundlach, 2016: 14) oder dies dazu führt, dass sie, geleitet von wirtschaftlichen Interessen, ihre öffentliche Aufgabe nicht mehr erfüllen kann, was ihr in der Vergangenheit bereits vorgeworfen wurde: „[...] [T]he BBC has frequently been ac-cused of ‚dumping down‘ its programming, in order to compete with commercial broadcasters for ratings“ (Politics.co.uk, k.D.).

Zur formalen und organisatorisch verankerten Unabhängigkeit lässt sich eine Entwicklung hin zu mehr Autonomie der Aufsicht feststellen. Schon der *BBC Trust* war strukturell stärker vom Manage-ment getrennt (Grossenbacher et al., 2015: 37; Gransow, 2018: 146; Collins, 2009) als es vorher das *Board of Governors* war, das die Bereiche Management und Selbstkontrolle in sich vereint hat-te. Auch durch die Einführung des *Public Value Tests* 2007, der später für andere europäische Rundfunkanbieter vorbildhaft bei der Einrichtung von Prüfverfahren zum öffentlichen Mehrwert wirkte, kam der BBC eine Vorreiterrolle zu (Grossenbacher et al., 2015: 21f., 37). Seit der neuen *Royal Charter* ist die Aufsicht nun gänzlich auf das externe Aufsichtsgremium *Ofcom* übertragen worden, was einen weiteren Schritt hin zur Autonomie des Kontrollorgans darstellte. Bezüglich der

de-facto-Unabhängigkeit ließen sich einige Standpunkte anführen, die darin übereinstimmen, dass es formal zwar einige Einflussmöglichkeiten der Regierung gibt, diese jedoch in weitaus geringerem Maße, als es theoretisch möglich wäre, genutzt werden. Derartige Auswahlprozesse und ein soziokulturell tradiertes Verständnis der publizistischen und öffentlichen Bedeutung der BBC können also einem möglichen staatlichen Einfluss entgegen gehalten werden. Letzteres könnte sich jedoch – leichter und hindernisfreier als gesetzlich verankerte Beschränkungen der staatlichen Einflussnahme – mit schwindender gesellschaftlicher Akzeptanz für öffentlich-rechtliche Medien und einem sich wandelnden Verständnis von Journalismus im digitalen Zeitalter verändern. Ein weiterer kritisch zu betrachtender Punkt ist, dass mit Des Freedman nur eine Quelle angegeben werden konnte, die sich gegen die anderen Standpunkte ausspricht. Welche Relevanz dieser Argumentation zukommt, ist demnach schwer zu beurteilen und bleibt offen. Dennoch wird meistens das Bild der BBC als europäisches Vorbild für einen unabhängigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk vertreten (Psychogiopoulou et al., 2012: 42ff.; Nowak, 2014: 15f.; Sehl et al., 2016: 39; Grossenbacher et al., 2015: 36; Jungclaussen, 2015; Freedman, 2018: 2⁶).

3.3 Finanzierung (GF)

Eine der wichtigsten Dimensionen in Anbetracht der Effektivität der BBC in all ihren Bereichen und gemäß ihres Auftrags stellt die Finanzierung dar. In Großbritannien wird der öffentliche Rundfunk größtenteils über die „Licence Fee“, eine Rundfunkgebühr, finanziert (Gransow, 2018: 140; Psychogiopoulou, Anagnostou, Craufurd Smith, & Stolte, 2012: 26). Diese wird pro Haushalt mit TV-Gerät bezahlt, wobei auch Computer, Smartphones etc. dazu zählen. Dennoch ergab sich lange Zeit eine Art Schlupfloch für Zuschauer, denn es musste nur lineares Fernsehen bezahlt werden, nicht aber die Abrufung von Inhalten aus den Mediatheken der BBC. (Grossenbacher et al., 2015: 160; Jungclaussen, 2015) Dieser Aspekt stand deutlich im Widerspruch zur Konzentration der BBC auf das Digitalgeschäft, sodass die Gesetzeslücke, den iPlayer betreffend, im September 2016 geschlossen wurde (BBC, 2018c: 32), was der BBC £10 Millionen an zusätzlichen Einnahmen einbrachte (ebd.: 28).

Die Betrachtung der Gesamtausgaben der BBC stellte sich, anhand der genutzten Quellen, als schwierig heraus. Lediglich aus dem BBC Annual Report 2017/18 geht hervor, dass bei der BBC 2018 £4'829.1 Millionen an „operating costs“ und 95.6 Millionen an „net financing costs“ anfielen. Gegenüber den Gesamteinnahmen ergab sich damit ein Überschuss von 179.6 Millionen. (BBC, 2018a: 69)

Die Höhe der Licence Fee für farbiges Fernsehen betrug 2018 £147, gegenüber £145,5 im Vorjahr (BBC, 2018a: 191), was ihr Einkommen um £23 Millionen erhöhte. Die Einnahmen aus der öffentlichen Finanzierung beliefen sich 2018 auf circa £3'830.2 Millionen. Das Gesamteinkommen der

⁶ Hier ist auf Freedmans Zusammenfassung der Stimmen verwiesen, die die BBC als unabhängig bezeichnen (dies entspricht nicht der Position Freedmans zu diesem Thema, die vorher bereits thematisiert wurde).

BBC lag jedoch mit £5'062.7 Millionen deutlich höher. Dieser Umstand ist dem großen Anteil aus kommerziellen Aktivitäten der BBC geschuldet. (ebd.) Der Rundfunkanstalt ist es gestattet, kommerzielle Einnahmen über ihre Tochterfirmen zu generieren, solange diese die Marke BBC nicht schädigen und nicht im Widerspruch zum öffentlichen Auftrag stehen (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 15-16). Weiterhin ist auch eine Quersubventionierung des World Services durch öffentliche Gelder untersagt (BBC, 2018a: 190). Damit ist die BBC einerseits öffentlicher Rundfunk Großbritanniens, der seine Unabhängigkeit vom Werbemarkt garantieren will, weshalb ein Werbeverbot für die inländischen Sender gilt (bpb, 2012; Politics.co.uk, k.D.; Grossenbacher et al., 2015: 38-39). Andererseits agiert die BBC auch als globales Medienunternehmen (Lis et al., 2017: 28; Frey-Vor, 2018: 94), dessen Profit, z. B. aus der Vermarktung von TV-Programmen oder der Produktion von Sendungen (Grossenbacher et al., 2015: 49), an die inländische BBC zurückfließt und deren Investitionen, Services sowie schließlich auch dem Gebührenzahler zugutekommen soll (BBC, 2018a: 71; BBC, 2018b; bpb, 2012).

Beim Vergleich der Anteile an der Gesamtfinanzierung von 2013 zu 2016 wird jedoch ein Rückgang der kommerziellen Einnahmen deutlich (Grafik Anhang) (Schweizer & Puppis, 2018: 118). Grund dafür waren vermutlich die seit 2014 fehlenden staatlichen Zuschüsse für die Betreuung der Auslandsender der BBC (Grossenbacher et al., 2015: 39). Mittlerweile hat sich der Anteil wieder vergrößert und liegt bei ca. 30% (ebd.: 38-39; BBC, 2018a: 69). Dennoch bleibt absehbar, dass politische Entscheidungen vor allem hinsichtlich der Finanzierung große Einschnitte für die BBC bedeuten und damit auch ihre Leistungsfähigkeit beeinflussen.

Ein weiteres Beispiel diesbezüglich stellt die Übernahme der Kosten für die über 75-Jährigen dar. So ist die BBC gezwungen ab 2020/2021 kostenlose Lizenzen, ohne zusätzliche Finanzierung seitens des Department for Work and Pensions, auszustellen. Dieser Aspekt wird in Zukunft, mit zunehmendem Alter der Bevölkerung, eine Herausforderung für die Gesamtfinanzierung der BBC darstellen. (BBC, 2018c: 32-33)

Im Allgemeinen wurde die Rundfunkgebühr bisher von der Regierung in Absprache mit der BBC bei Neuauflage der Royal Charter im Broadcasting Agreement festgelegt. Dabei sei nicht nur die Intransparenz dieser „geheimen Absprachen“ zu betonen (Freedman, 2018: 7). Es bedeutet vor allem Planungsdruck für die BBC, da sie sich über einen Zeitraum von zehn Jahren finanziell anpassen muss und hinsichtlich aktueller wirtschaftlicher und technologischer Entwicklungen eingeschränkt wird. Des Weiteren bietet dieser Umstand der Regierung die Möglichkeit, finanziellen Druck auf die BBC auszuüben. (Grossenbacher et al., 2015: 160; Smith & Stolte, 2011: 24; Frey-Vor, 2018: 91)

Eine neue Regelung soll die Situation entschärfen, denn ab 2022 soll die Gebühr an eine Bedarfsrechnung der BBC, gekoppelt an ein Prüfverfahren des Ministeriums, für einen Zeitraum von fünf Jahren festgesetzt werden (Frey-Vor, 2018: 91; Department for Digital, Culture, Media & Sport,

2016b: Teil 1, §43).

Insgesamt wird der Konflikt um die Finanzierung der BBC immer deutlicher. Vor allem konservative Politiker sehen die Rundfunkgebühr als überholt an (Frey-Vor, 2018: 88-89; Zschke, 2016) und fühlen sich aufgrund der Änderung des Nutzerverhaltens, deutlich durch zunehmende digitale Präsenz bei sinkenden Fernsehquoten, bestätigt. Trotz des großen Anteils kommerzieller Einnahmen an der Gesamtfinanzierung der BBC, könnte der breite öffentliche Auftrag, die Darstellung der Vielfalt des Landes, der umfangreiche Output, die journalistische Qualität und Berufsp Professionalität sowie die Unabhängigkeit von der Wirtschaft und Politik ohne öffentliche Finanzierung nicht gewährleistet werden. Die Abhängigkeit von der Licence Fee stellt ein großes Risiko dar, sodass sich die BBC künftig ihrem stärksten Rückhalt, der britischen Zivilgesellschaft, gewahr werden muss (Zschke, 2016).

3.4 Auftrag, Funktion und Ziele (VG)

Der öffentliche Auftrag des PSB ist in der Royal Charter verankert und wird wie folgt erläutert: „The Mission of the BBC is to act in the public interest, serving all audiences through the provision of impartial, high-quality and distinctive output and services which inform, educate and entertain.“ (Department for Digital, Media & Sport, 2016b: 5). Dieser Ansatz folgt dem Prinzip der „Reithian Trinity“, welches durch den ersten General Direktor der BBC John Reith geprägt wurde. Dabei soll das Programm des Broadcasters zu gleichen Teilen sowohl informieren, bilden, als auch unterhalten. Es geht darum die britische Bevölkerung mit meritokratischen Gütern zu versorgen, auch wenn diese nicht unbedingt verlangt werden. (Grossenbacher et al., 2015: 36) Im Fokus ihrer Arbeit soll sowohl die Medienbildung, also auch das Erlernen und Weitergeben von „media literacy“ stehen, sodass Zuschauer zu mündigen und politisch-gesellschaftlich gebildeten Individuen erzogen werde und sich kritisch mit den Medien als auch ihrer Umwelt auseinandersetzen (Psychogiopoulou et al., 2012: 42).

Um ihren oben genannten Kernauftrag umzusetzen, wurden in der Royal Charter fünf Public Purposes festgehalten, welche durch das Programm der BBC sowohl im Radio und Fernsehen, als auch auf dem Online-Markt erfüllt werden sollen. „To provide impartial news and information to help people understand and engage with the world around them [...]“ (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b: 5), wird als erste öffentliche Aufgabe definiert. Die BBC soll aktuelle und sorgfältig ausgewählte Nachrichten zu kontroversen Themen bereitstellen, die sich von Inhalten anderer Anbietern abheben. Damit soll es dem Publikum ermöglicht werden, sich über das aktuelle, regionale und globale Geschehen zu informieren, sowie an der gesellschaftlichen Debatte zu partizipieren.

Als zweite Aufgabe steht „to support learning for people of all ages [...]“ (ebd.) auf der Agenda. Wichtige Themenbereiche sollen (alters-)entsprechend aufbereitet und der Fokus auf bildenden In-

halte für Kinder und junge Erwachsene gelegt werden. Menschen sollen dazu befähigt werden, Dinge auszuprobieren und ihren Horizont zu erweitern. An dritter Stelle der Public Purposes wurde „to show the most creative, highest quality and distinctive output and services“ (ebd.) festgehalten. Die BBC soll sich mit jedem ihrer angebotenen Programme von anderen Medienanbieter abheben und durch qualitativ hochwertige Formate auf verschiedensten Kanälen, sowohl im Vereinigten Königreich als auch international überzeugen. Dabei setzt man auf kreative, neue und innovative Inhalte, die ausschließlich von der BBC angeboten werden.

Die vierte öffentliche Aufgabe bezieht sich auf die regionalen und kulturellen Unterschiede innerhalb Großbritanniens: „To reflect, represent and serve the diverse communities of all of the United Kingdom’s nations and regions and, in doing so, support creative economy across the United Kingdom [...]“ (ebd.). Die BBC soll die Diversität des Landes aufgreifen, so dass sich die gesamte Gesellschaft angemessen repräsentiert und durch das Programm angesprochen fühlt. Als letzter Punkt des Auftrages wird in der Charter „to reflect the United Kingdom, its culture and values to the World [...]“ (Department for Digital, Culture, Media and Sport, 2016b: 6) angesprochen. An dieser Stelle wird Bezug auf den World Service genommen, zu welchem die BBC laut Agreement verpflichtet ist. „The World Service consists of the broadcast or other distribution of output, and the delivery of services, in English and other languages, aimed primarily at users outside the UK.“ (Department for Digital, Culture, Media and Sport, 2016a: 20). Neben dem bereitgestellten Angebot für die britische Bevölkerung, sollen auch Menschen außerhalb des Landes durch Inhalte der BBC erreicht werden. Dieser Content soll auf britischen Werten basieren und den allgemeinen „editorial standards“ der BBC entsprechen, um Großbritannien mit seinen kulturellen und sozialen Eigenheiten der Welt ein Stück weit näher zu bringen, sowie die Reputation des Broadcasters international zu stärken. Jedoch ist der World Service für Bürger außerhalb Großbritanniens kostenpflichtig. (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016b : 6).

Der BBC ist es wichtig alle sozialen Schichten und Altersgruppen in ihr Programm einzubetten, so dass alle Generationen, Kulturen und Ethnien ein passendes Angebot für sich finden. Dabei fokussieren sie sich speziell auf technische und inhaltliche Innovationen, um auch langfristig ihre Stellung, sowohl in der Gesellschaft, als auch in der Wirtschaft zu wahren und sich gegen andere konkurrierende Unternehmen durchzusetzen. Problematisch gestaltet sich jedoch die Aufgabe, auf individuelle Interesse und Geschmäcker einzugehen wie zum Beispiel bei Video-on-Demand Plattformen.

3.4.1 Rechenschaftspflicht (VG)

Durch den Transfer der Rundfunkgebühren an den Broadcaster, verpflichtet sich die BBC, die fünf Public Purposes mittels ihrem linearen, sowie digitalen Angebots zu erfüllen. Die Royal Charter bestimmt den öffentlichen Auftrag, regelt in welchem Maße Entwicklungen und Änderungen vollzogen

werden sollen und sichert die Unabhängigkeit der BBC vom britischen Parlament (Gransow, 2018: 143). Für die Durchsetzung der Public Purposes gibt es keine Vorgabe von Mindestprogrammen, da der Auftrag vom Gesamtprogramm erfüllt werden soll (Grossenbacher et al., 2015: 156).

Auch über Programmänderungen oder eine Aufnahme von neuen Inhalten in das Angebot der BBC muss die Rundfunkanstalt Rechenschaft ablegen. Die BBC ist verpflichtet, ein Strategieplan vorzulegen, indem sie den sogenannten „material change“ begründen und erklären, wie sie vorhaben diesen umzusetzen. Ob diese Neuerung überhaupt im öffentlichen Interesse steht, entscheidet der Public Value, beziehungsweise der Public Interest Test. In der UK besteht das Testverfahren aus zwei Stufen, bei denen sowohl die Anbieter, als auch die Anwender zusammenarbeiten, um die Anforderung der Rezipienten besser zu verstehen. Dabei wird unter anderem der allgemeine Nutzen des Angebotes, die kommerziellen Aktivitäten, als auch das Betätigungsfeld und die Reichweite des Unternehmens untersucht. Im ersten Schritt beurteilt Ofcom (Office of Communication) die Auswirkungen der neuen Inhalte auf den privaten Wirtschaftssektor Großbritanniens („Market Impact Assessment“). Im zweiten Anlauf bewertet der BBC Trust, beziehungsweise seit April 2017 das BBC Board, den Nutzen des Angebots für die Allgemeinheit („Public Value Assessment“). Erst wenn beide Organisationen zu einem positiven Ergebnis gekommen sind, kann das neue Format in das Programm der BBC aufgenommen werden. (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2016a: 6ff.; Zschke, 2016) Dieses Verfahren schränkt den Handlungsspielraum der BBC in gewisser Weise ein, da sie nicht vollständig über ihr eigenes Programm verfügen kann. Dabei könnte die Leistungsfähigkeit begrenzt werden, da die BBC nicht spontan auf neue Trends innerhalb der Medienbranche reagieren kann. Auf der anderen Seite, bietet diese Methode der BBC eine Möglichkeit ihren Zuschauern, Transparenz über ihre Unternehmensaktivitäten zu gewährleisten, sowie die Behörde Ofcom einen Teil der Verantwortung trägt.

Des Weiteren ist die BBC verpflichtet ihre Performance (Nutzung, Reichweite, Umsetzung der Public Purposes etc.) zu analysieren und die gesammelten Daten mindestens einmal jährlich in Form eines Berichtes veröffentlicht werden. Diese Regelung zählt ebenfalls für den BBC World Service, als auch für die Aktivitäten der Behörde Ofcom. (ebd.: 9ff.)

3.4.2 Selbstregulierung (VG)

Mit der Auflegung der Royal Charter 2006, entschloss sich die BBC, eine neue Art der Selbstkontrolle einzurichten. 2007 wurde deshalb der BBC Trust ins Leben gerufen das Programmangebot zu regulieren. Als einer der ersten Rundfunkanstalten fungiert die BBC in dieser Hinsicht als Vorbild. (Grossenbacher et al., 2015: 37)

„The BBC Trust sets out the purpose remits for the BBC’s six public services and reviews the BBC editorial guidelines, which regulate BBC output. [...]“ (Psychogiopoulou et al., 2012: 7). Der BBC Trust bestand aus 12 Trustees, welche von der Queen, auf Vorschlag der Regierung, für eine

Amtszeit von vier Jahren ernannt wurden. Dabei musste mindestens ein Vertreter aus jedem Land Großbritanniens stammen, der Rest durfte frei gewählt werden. (Grossenbacher et al., 2015: 156f.) Neben dem Trust gab es die sogenannten Audience Councils der jeweiligen Länder, welche eine beratende Funktion ausüben und für die einheitliche Repräsentation Englands, Schottlands, Wales und Nordirlands stehen (ebd.). Eine weitere Regulierungsbehörde stellt das Office of Communications dar, ein Zeichen von Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunk, ähnlich wie in Deutschland oder Schweden (Nowak, 2014: 16). Die BBC kann im Tagesgeschäft vollkommen unabhängig agieren, ist jedoch bezüglich der Finanzierung, als auch hinsichtlich der Gestaltung ihres Angebots von der Regierung, beziehungsweise des BBC Trust abhängig (ebd.: 15).

Neben positiven Stimmen zum Ansatz der Selbstregulierung der BBC, gab es viele Kritiker, welchen den BBC Trust als reformbedürftig einstuften. Mit Auslauf der Royal Charter von 2006 im Jahr 2016, wurde dieser abgesetzt und im April 2017 mit dem neuen Organ, dem BBC Board ersetzt. (Gransow, 2018: 37ff.) Dieses Vorgehen „ermöglicht eine Anpassung an mediale Wertschöpfungsprozesse und somit mehr Flexibilität.“ (ebd.: 41) Im Grunde erfüllt dieser Rat weiterhin dieselben Aufgaben wie der ehemalige BBC Trust. Darunter zählen zum Beispiel die Entwicklung von strategischen Entscheidung oder Festsetzung des Budgets. (BBC, 2017)

4 Output und Impact (VG)

In diesem Kapitel sollen das Angebot sowie die verschiedenen Dienstleistungen der BBC näher beleuchtet werden. Darunter zählen unter anderem die Anzahl und Ausrichtung der einzelnen Sender, die Beschaffenheit der angebotenen Inhalte, deren Nutzung, als auch der politische Einfluss auf Programme und Formate.

4.1 Angebote, Leistungen und Dienste

In diesem Abschnitt sollen sowohl das lineare als auch das digitale Angebot der BBC betrachtet werden. Darunter sollen auch nicht-mediale Dienstleistungen zählen.

4.1.1 Anzahl und Ausrichtung der Fernseh- und Radiosender

Als erste Broadcasting Gruppe, begann die BBC ihre Programme über das Radio zu verbreiten. Bis heute dominiert sie mit circa 60 Radiosendern den Sektor. Durch ihre nationalen Radiostationen und lokalen Sender können sie eine hervorragende Position gegenüber den privaten Anbietern wahren. (Bormejo et al., 2014: 22f.) Die angebotenen Sender sind vorwiegend nachrichten- und redeorientiert, im Gegensatz zu den kommerziellen, musikbasierten Formaten (ebd.). Dadurch ist es der BBC möglich, ihren gesetzlichen Auftrag von Bildung und Informationen durchzusetzen, um ihre vorgeschriebenen Public Purposes zu erfüllen. Neben den Nachrichtensendern gibt es unter anderem Sportsender und Musiksender wie zum Beispiel *Radio 1Xtra*. Um die ethische und

kulturelle Vielfalt Großbritanniens in das Programm der BBC einzubetten, wurden jeweilige Radiosender für die einzelnen Länder entwickelt, die speziell auf sprachliche und kulturelle Besonderheiten eingehen (zum Beispiel *Radio Cymru*, *Asian Network*, *Radio nan Gáidheal*). (BBC, 2019d)

Neben ihrem Radioangebot ist die BBC auch im Fernsehsektor sehr erfolgreich und dominant. Dabei besitzen die öffentlichen Veranstalter (darunter zählen auch S4C und Channel 4) einen deutlichen größeren Marktanteil, da sie die meisten Programme im britischen Fernsehen anbieten. (Sehl et al., 2016: 29)

Das TV-Programm besteht regulär aus zwölf Sendern. Darunter fallen die Standardsender *BBC One*, *Two*, *Three* und *Four*, ebenso die Kinderprogramme *CBeebies* und *CBBC*, die Nachrichtensender als auch regionale Sender wie *BBC ALBA* oder *S4C (Wales)*. (BBC, 2019d) Durch das Programm sollen im Fernsbereich sowohl der öffentliche Auftrag der Bildung, Information und Unterhaltung umgesetzt werden, als auch Content für alle vorherrschenden Zielgruppen bereitgestellt werden, um eine möglichst breite Masse anzusprechen. Dadurch soll die gesamte Gesellschaft Großbritanniens in den öffentlichen Rundfunk eingebunden werden.

Daneben besitzt die BBC auch ihre eigene Produktionsfirma (BBC Studios), welche im Zeitraum 2017/18 circa 2000 Stunden an Fernseh- und Radioinhalten geschaffen hat. Außerdem produzieren die BBC Studios auch für andere Medienanbieter wie *Channel 4* oder den *Discovery Channel*. (BBC, 2018a: 52f.) Dadurch wird es dem Broadcaster ermöglicht neben den Lizenzgebühren, kommerzielle Einnahmen zu tätigen, ohne gegen das Gesetz zu verstoßen.

„BBC Studios - invests in, commercializes and showcases content from the BBC around the world, to build the reach and reputation of the BBC brand overseas, champion British creativity and at the same time deliver commercial returns to the BBC to invest in public service content.“ (BBC, 2018a: 52).

Die BBC ist somit nicht nur für die Distribution, sondern auch für die eigenständige Produktion von neuen Inhalten zuständig. Neben der Bereitstellung des Programms für die britische Bevölkerung, ist die BBC ebenso verpflichtet, ihren BBC World Service auszuweiten. Insgesamt besteht dieses Angebot aus 24 Sendern, welche teilweise durch Joint Ventures mit anderen regionalen Medienunternehmen betrieben werden und weltweit empfangbar sind. Der BBC World Service ist, abgesehen vom BBC News Channel, für alle Bürger außerhalb von Großbritannien kostenpflichtig und durch Werbung teilfinanziert. (IfM, 2017)

Auch im digitalen Bereich ist die BBC ein Vorreiter und startete schon 2007 die Onlineplattform des *iPlayers*, wodurch es den Zuschauern ermöglicht wurde, Radio und Fernsehen live zu streamen oder auch on-demand auf Inhalte zugreifen zu können. Damit gelang es der BBC als erste Broadcasting Corporation den Sprung zur Digitalisierung. Des Weiteren wurden zum Beispiel auch die *BBC News App* oder die *BBC Sport App* auf den Markt gebracht. (Bermejo et al., 2014: 22f.; Sehl et al., 2016:160) Daneben bietet ihr Portfolio weitere Dienstleistungen, unter anderem den *BBC*

iReporter (Videospiele gegen Fake News), ROMS (Konzertreihen), Podcasts oder Wohltätigkeitsorganisationen wie *BBC Children in Need* oder *BBC Media Action* (BBC, 2018a: 33, 37, 84). Durch ihre verschiedenen Angebote von Dienstleistungen besitzt die BBC ein großes Wirkungsspektrum und ist in allen Bereichen der britischen Gesellschaft vertreten. Dadurch kann ihr eine starke Leistungsfähigkeit zugesprochen werden, da sie nicht nur von einem Medienmarkt abhängig sind.

4.1.2 Beschaffenheit der Inhalte

An erster Stelle des Auftrages der BBC, steht die Beschaffung von unparteiischen, hochwertigen Nachrichten und Programmen, welche die Bürger sowohl bilden, als auch unterhalten sollen. Dabei ist der Nachweis über die Qualität des Angebotes besonders wichtig. So ist die „Distinctiveness“, also die Unverwechselbarkeit des Programms gegenüber den kommerziellen Anbietern, ein übergreifendes Anforderungsmerkmal. Die Devise ist, dass jedes Format der BBC das beste sein soll, um sich gänzlich von anderen Konkurrenten abzuheben. Für die kontinuierliche Förderung von hochwertigen Angeboten, richtete die britische Regierung einen Fond ein. (Frey-Vor, 2018: 89ff.)

Neue Inhalte werden nur in das Repertoire aufgenommen, wenn sie von hoher Qualität zeugen (ausgezeichnet durch Innovation, Originalität, Niveau) und dementsprechend für das Publikum aufbereitet werden (Gransow, 2018: 148). Dahinter soll ein Mehrwert für die gesamte britische Bevölkerung stehen. Verfolgt werden vorwiegend gesellschaftlich-kulturelle Ziele, welche unter marktwirtschaftlichen Bedingungen nur teilweise erfüllbar wären. Deshalb stellt das Qualitätsmanagement eine wichtige Rolle innerhalb der BBC dar, wobei regelmäßig der öffentliche Mehrwert und die Reichweite der Programme evaluiert werden. Wichtig in diesem Zusammenhang, ist die Transparenz des Unternehmens zu gewährleisten sowie eine Partizipation des Publikums zu ermöglichen, um die Leistungsfähigkeit dauerhaft zu sichern. (ebd.: 148, 159)

Viele Formate der BBC konnten auch die Kritik und Presse überzeugen. So verlautete die BBC in ihrem *Annual Report* von 2017/18 mit 17 *BAFTA TV Awards*⁷ und 18 *RTS Awards*⁸ für unter anderem „high quality drama“ und „documentaries“ ausgezeichnet worden zu sein. Auch im Bereich des Radios gewann die BBC 37 *Audio und Radio Industry Awards* für ihre Formate. (BBC, 2018d). Neben dem üblichen Fernseh- und Radioprogrammen überträgt die BBC auch große Sportevents, für welche sie die Ausstrahlungslizenzen besitzen, so zum Beispiel Wimbledon, der FA Cup⁹ oder die Olympischen Spiele¹⁰, welche überdurchschnittlich gute Quoten erreichten. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Angaben über die Zuschauerzahlen von der BBC selbst veröffentlicht worden sind. (BBC, 2018a: 42f.)

7 British Academy Film Awards (bedeutendster nationale Filmpreis in Großbritannien seit 1948)

8 Royal Television Society (älteste Fernseh Gesellschaft der Welt)

9 28.1 Millionen Fernsehzuschauer (BBC 2018a: 42f.)

10 33.3 Millionen Fernsehzuschauern und 22.2 Millionen Onlineaufrufen (BBC 2018a: 42f.)

Im Allgemeinen hat die Einbettung der „National Identity“ in das Programm einen hohen Stellenwert. So wird regelmäßig ein cross-genre Output für alle vier Länder erstellt (Schottland, England, Wales, Nord Irland), welcher sich sowohl auf das Radio- und Fernsehangebot erstreckt als auch für online-abrufbare Inhalte. Dafür wurden eigenständige Produktionszentren in Glasgow, London, Cardiff und Belfast eingerichtet, sodass jede britische Region ihr eigenes Programm erstellen kann. (ebd.: 40ff.)

Die Royal Charter verlangt von der BBC, darüber Auskunft zu geben, wie sich ihre Ausgaben auf die einzelnen Genre verteilen. Dabei stellen *News and Current Affairs* mit 318,5 Millionen Pfund den größten Anteil dar, gefolgt von *Factual and Learning* mit 294,1 Millionen Pfund und *Film and Drama* mit Kosten von circa 339,9 Millionen Pfund. Insgesamt beliefen sich die Ausgaben der BBC für die Fernsehmarktproduktion auf 1.578,5 Millionen Pfund. (BBC, 2018a: 146). Dies zeigt, dass die Bildung und Erziehung der Bürger als Priorität bei der Inhalteproduktion angesehen wird und unterhaltende Formate eher einen kleineren Anteil des Angebotes einnehmen. Alle TV-Programme der BBC sind innerhalb Großbritanniens werbefrei und werden durch die Lizenzgebühr finanziert. Der Radioempfang ist kostenlos. Alle ausländischen Zuschauer müssen für die angebotenen Dienstleistungen der BBC bezahlen. (IfM, 2017)

4.2 Akzeptanz

Um die Akzeptanz der BBC beurteilen zu können und somit die Leistungsfähigkeit des PSB einzuschätzen, sollen speziell die Aufmachung und Nutzung der Inhalte näher beleuchtet werden.

4.2.1 Nutzung

Die BBC ist einer der meist genutzten Anbieter von Fernseh- und Radioprogrammen in Großbritannien. Laut dem *Annual Report* von 2017/18 schauen 92 Prozent der britischen Erwachsenen mindestens einmal die Woche ein Format der BBC. Global betrachtet sind das 279 Millionen Zuschauer pro Woche (BBC, 2018a: 2f.). Im europäischen Vergleich liegt die BBC als erfolgreichster öffentlich-rechtlicher Broadcaster, mit einer Reichweite von wöchentlich 64 Prozent im Radio- und Fernsehsektor und 43 Prozent im Online-Bereich, an erster Stelle (Newman et al., 2018: 62; Vgl. Abbildung 3, Anhang S. V).

„The BBC is the dominant news provider across all platforms [...]“ (Bermejo, 2014: 7) und der BBC News Channel der meist gesehene Nachrichtenkanal im Vereinigten Königreich (ebd.: 25). Laut eigenen Angaben der BBC verbringt der Durchschnitt der britischen Erwachsenen circa 19:12 Minuten wöchentlich mit ihren Programmen. Erfolgsformate wie zum Beispiel *Blue Planet*¹¹ haben einen großen Einfluss, indem sie zu Debatten innerhalb der Gesellschaft anregen (BBC, 2018a: 2).

¹¹ Dokumentation über Klimawandel und Umweltverschmutzung mit einer Zuschauerzahl von circa 4.8 Millionen pro Folge (BBC 2018a: 2)

Mit circa 272 Millionen gestreamten Programmen pro Woche, konnte der iPlayer 2017 eines der erfolgreichsten Jahre vorweisen. Speziell im Bereich der Kinderprogramme liegen die Formate der BBC mit circa 1.1 Milliarden Suchanfragen auf dem ersten Platz. (ebd.: 3) Entsprechend sollen 34 Millionen Pfund in die Schaffung von neuen Inhalten für Kinder und Jugendliche investiert werden, um die Digitalisierung in diesem Bereich langfristig zu fördern (ebd.: 28).

„But it's becoming increasingly difficult to reach younger audiences via traditional platforms. YouTube and Youtube Kids reached 73 % of 6-12 year olds. This presents a real change for the BCC and to effectively respond we need to do things differently.“ (ebd.: 26).

Es wird für die BBC immer schwieriger, die jüngeren, werbeinteressanten Zielgruppen bei immer weiter wachsenden konkurrierenden Angeboten, an sich zu binden. So verbringen junge Erwachsene von 24 bis 34 Jahren durchschnittlich zwei Stunden pro Woche mit Formaten der BBC, ITV oder Netflix. Die jüngeren Zuschauer im Alter von 16 bis 24 Jahren hingegen bewegen sich häufiger und intensiver auf Video-on-Demand Plattformen wie Netflix. (BBC, 2018a: 26f.; Abbildung 2, Anhang S. V) Wie alle Anbieter klassischen Fernsehens, sei es kommerziell oder öffentlich-rechtlich, hat auch die BBC mit sinkenden Zuschauerzahlen zu kämpfen. Diese Problematik erstreckt sich auch auf den Radiosektor. Betrug die Zeit des Radio-Hörens 2013/14 noch 10:33 Minuten, ist sie im vergangenen Jahr auf 9:58 Minuten gesunken. Im britischen Vergleich liegen die Programme der BBC zwar immer noch an erster Stelle, jedoch scheinen Musik-Streamingdienste diese Vormachtstellung langsam in Anspruch zunehmen. (Abbildung 2, Anhang S. V)

Diesen möglichen Problemen möchte die BBC durch neue, innovative und speziell digitale Angebote aus dem Weg gehen, um weiterhin als führender Broadcaster in Großbritannien betrachtet zu werden. (BBC, 2018a: 26f.) Wichtig zu beachten ist, dass die vorliegenden Nutzungsdaten von der BBC selbst durch ihren Jahresbericht veröffentlicht wurden. Zwar ist die Rundfunkanstalt als staatliche finanzierte Einrichtung verpflichtet, wahrheitsgemäße Angaben zu machen, jedoch geht aus ihrem Bericht nicht hervor, wie sie die zurande gezogenen Nutzungsstatistiken erstellt haben, weshalb diese Zahlen nur unter Vorbehalt betrachtet werden sollten und lediglich eine Orientierung darstellen.

4.2.2 Publikum und Zuschauerschaft

Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk Großbritanniens steht eine Programmvielfalt im Vordergrund. Genauso sollen alle angesiedelten Kulturen und Ethnien durch die Formate der BBC erreicht werden. Wichtig ist ihnen vor allem die Erfüllung des öffentlichen Auftrages sowie die Schaffung von vertrauenswürdigen Angeboten. Jedoch wird auch das Programm der BBC vorwiegend auf Interessen und Vorlieben, der Zielgruppe der 16- bis 34-Jährigen zugeschnitten. (Gransow, 2018; Frey-Vor, 2018: 93)

Von traditionellen Theorien geleitet, verfolgen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter dem Prinzip des „broadcast one to many“, jedoch ist dieser Ansatz in Zeiten von Digitalisierung und

Konvergenz nicht mehr realitätsecht (Frey-Vor, 2018: 90). Wie im vorherigen Abschnitt erwähnt, hat die BBC immer mehr mit dem Aufkommen von kommerziellen on-Demand Anbietern zu kämpfen und muss sich längerfristig an diese Entwicklung anpassen. Netflix und Co. überzeugen vor allem durch ihren personalisierten Content und die individuelle Bereitstellung von Inhalten für den einzelnen Nutzer. Zwar wagte die BBC schon 2007 den Schritt zu nicht-linearen Inhalten, durch die Vorstellung des iPlayers, jedoch beginnen sie erst jetzt dem Ansatz der Individualisierung zu folgen. (Michalis, 2017: 207) „The BBC has been promoting iPlayer users to create an account to get „more personal and relevant“ BBC experience through, for instance, program recommendations, alerts, and allowing them to pick up program where they left off an another device“ (ebd.). Durch dieses Verfahren ist es dem PSB zusätzlich möglich, Nutzerdaten zu erheben, um die Relevanz der Angebote und Formate zu erhöhen sowie die Partizipation der Zuschauer innerhalb verschiedener Communitys zu verbessern. Dabei bietet dieser Ansatz eine neue Möglichkeit speziell mit Minderheiten und Gruppen, welche durch das Standardprogramm bisher nicht vollständig erreicht werden, in Kontakt zu treten. So können auf den digitalen Plattformen auch Sendungen veröffentlicht werden, welche beispielsweise nicht im linearen Fernsehen übertragen werden würden. Dadurch kann die BBC ihre Zuschauerschaft ausbauen und die Reichweite ihres Angebotes steigern. In der Hinsicht ist es wichtig, die Public Value Forschung nicht zu vernachlässigen, um weiterhin die Qualität der BBC zu gewährleisten. (Bermejo, 2014: 29; Frey-Vor, 2018: 93)

4.2.3 Vertrauen und Legitimation

In regelmäßigen Abständen führt die BBC eine Befragung zum Thema „Understanding our audiences“ durch. Die letzte veröffentlichte Studie stammt aus dem Zeitraum 2013/14 und wurde an 2250 britischen Erwachsenen durchgeführt. Dabei gaben 65 Prozent der Befragten an: „The BBC offers high quality and independent journalism“. Als Kritikpunkt führten die Länder Schottland und Wales an, sich nur zu 47 Prozent (Schottland) und zu 53 Prozent (Wales) vom angebotenen Programm der BBC repräsentiert zu fühlen. (BBC, 2014b: 32f.)

Besonders im Bereich der „Online News“ sehen die meisten Befragten die größte Konkurrenz. Jedoch zeigt der *Reuters Digital News Report* von 2018, dass die *BBC News* einen Trust Score Wert von 7.02 zu geschrieben bekommt und damit auf dem ersten Platz der britischen Nachrichtenbieter liegt, gefolgt von *ITV News* und *Channel 4 News*. Den öffentlich-rechtlichen Anbietern wird in Bezug auf Nachrichten und Information eher vertraut, als den kommerziellen Medienunternehmen. (Newman et al., 2018: 63; Vgl. Abbildung 4, Anhangs S. VI) Die BBC wird als Teil der nationalen Identität begriffen und nicht umsonst auch als „Auntie“, zu deutsch „Tantchen“, bezeichnet. „Being financed mainly by licence fees and not by advertising the BBC has been able to keep its independence in the public and all in all in politics.“ (Nowak, 2014: 14f.) In der britischen Gesellschaft findet der Public Broadcaster auch trotz Kritikpunkten weiterhin Zuspruch und bleibt „[...] als öffentlich-rechtlich organisierter Anbieter das Kernstück der britischen Medien- und Kreativindustrie“

(Frey-Vor, 2018: 94).

Auch die Legitimation der BBC wird häufig kontrovers diskutiert. So sind die konservativen Tories schon länger für eine Abschaffung, da die BBC in ihren Augen beispielsweise zu linksorientiert operiert oder die EU befürwortet. (Zaschke, 2016) Innerhalb der englischen Bevölkerung genießt der Broadcaster jedoch eine weitaus stärkere Zustimmung: „The UK sample shows more positive values regarding attitude towards and commitment to PSB institutions than the German sample.“(Lis et al., 2017: 37). Besonders das Programm der BBC, nimmt bei den Zuschauer einen wichtigen Stellenwert ein. Viele schätzen die ausgeglichene Mischung zwischen intellektuellen Programmen, welche bilden und informieren sowie unterhaltenden Sendungen. (ebd.: 37f.) Häufig steht auch die Abschaffung der Rundfunkgebühr zur Debatte. Viele schätzen diese als nicht gerechtfertigt ein. Frey-vor erwähnt dazu in ihrem Aufsatz eine qualitative Studie von 70 britischen Haushalten, welche die „Licence Fee“ kritisch sahen und:

„[...] den Versuch unternahmen, neun Tage komplett ohne die BBC auszukommen, wofür sie 3.60 Pfund, die anteilige Rundfunkgebühr für diesen Zeitraum, zurückerstattet bekamen. Im Ergebnis hätten mehr als zwei Drittel dieser Haushalte ihre Meinung geändert und zugegeben, dass sie die Rolle der BBC in ihrem täglichen Leben unterschätzt hätten [...]“ (Frey-Vor, 2018: 89).

Auch wenn es viele Kritikpunkte bezüglich der BBC und ihrer Arbeit gibt, scheint sie aus der Gesellschaft nicht mehr wegzudenken und durch ihre lange Historie tief verankert in der britischen Kultur.

4.3 Politischer Einfluss

In diesem Abschnitt der Hausarbeit, sollen das Nachrichtenprogramm der BBC näher betrachtet, sowie die mögliche Einflussnahme der Politik untersucht werden, um die Leistungsfähigkeit des PBS zu beurteilen.

4.3.1 Nachrichten- und Informationsprogramme

Die BBC kann als führender Provider für Nachrichten innerhalb Großbritanniens betrachtet werden. Über alle Kommunikationsplattformen hinweg, werden täglich im Schnitt 120 Stunden an News und Informationsprogrammen gesendet. Mit dem *BBC News Channel* bietet der Broadcaster, neben seinem Konkurrenten Sky, als einziger einen Fernsehsender an, welcher 24 Stunden und sieben Tage die Woche Nachrichten ausstrahlt. (Bermejo, 2014: 25) Speziell im Bereich des Radios, ist die BBC aufgrund ihres nachrichtenorientierten Angebotes und dem redebasierten Programm noch dominanter im Bereich News und Current Affairs: „[...] it [Die BBC] provides more news services than the commercial sector“. (ebd.: 25). Im landesweiten Vergleich sendet der Broadcaster deutlich mehr Nachrichten, als alle anderen Veranstalter. So untersuchte das *Reuters Institute* die Anteile von Nachrichten im Programm, wobei allein *BBC One's* Output 39,9 Prozent News waren. *ITV* folgte auf Platz zwei mit 12.2 Prozent, *Channel 4/5* sendeten gerade einmal mit

einen Informationsanteil von vier Prozent. Dem entsprachen auch die festgestellten Zuschauerzahlen. (Sehl et al., 2016: 26f.) Ebenso die Untersuchung von *Publicom*, hinsichtlich der Struktur der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme, bestätigt diese Erkenntnis. Die Sender *BBC One* und *BBC Two* senden überdurchschnittlich viele Informationsprogramme. Im europäischen Vergleich strahlt nur der dänische Sender *DR2* mehr nachrichtenbasierte Sendungen aus. Innerhalb dieser Studie wurden auch die britischen Sender *S4C* und *Channel 4* untersucht. Beide besitzen im Gegensatz zur BBC einen überwiegenden Anteil an Unterhaltungssendungen. (Grossenbacher, 2015: 27)

Auch im Onlinesektor in Großbritannien wird den Nachrichten der BBC der höchste Vertrauensfaktor zugeschrieben. Ebenfalls wurde im *Digital News Report 2018* festgestellt, dass sowohl Jugendliche und junge Erwachsene, als auch Befragte älter als 35 Jahre, die BBC als vertrauenswürdigsten Anbieter von Nachrichten einstufen, wobei die Meinungsbilder beider Altersgruppen nahezu identisch waren (ebd.: 27; Vgl. Abbildung 5, Anhang S. VII). Es zeigt sich deutlich, dass der Fokus der Arbeit der BBC auf informierende und bildende Inhalte gelegt wird und der Veranstalter alles daran setzt, weiterhin Meinungsführer zu bleiben. Durch ihr umfassendes Angebot im Bereich „News and Current Affairs“ wird die Leistungsfähigkeit aufrecht erhalten und gleichzeitig erfüllen sie damit die Anforderung der Public Purposes an den Sender.

4.3.2 Politischer Einfluss auf Inhalte

Durch die Royal Charter und das Agreement soll die Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von der Politik gewährleistet werden. Jedoch ist die BBC verpflichtet, sich an gesetzliche Regeln bezüglich ihres Programms zu halten, um staatliche Förderungen in Anspruch zu nehmen. So gibt zum Beispiel die Verfassung als auch der öffentliche Auftrag vor, in welchem zeitlichen Umfang bestimmte Genre und Formate in das Programm eingebettet werden sollen. Dabei steht die Information und Bildung der Bürger an oberster Stelle. Diese Vorgaben schaffen Transparenz, können aber auch als Einschränkung angesehen werden. (Gransow, 2018: 130f.) So wird zum Beispiel die britische „Regierung erstmals einen Fond zur Finanzierung von qualitativ hochwertigen Angeboten von öffentlichen Interesse (u.a. hochwertigen Kinderangeboten) schaffen“ (Frey-Vor, 2018: 91). Ebenso sollen auch aus erwirtschafteten Lizenzgeldern, 603 Millionen Pfund in den „digital-switch“ investiert werden, welcher in der Charter von 2006 als Bestandteil des Agreements festgehalten wurde. Ziel dabei ist die Schaffung von neuen, innovativen und digitalen Angeboten, sowie der Ausbau der digitalen Strategien. Im Fokus steht speziell die Ausweitung der Reichweite der BBC in jüngeren Zielgruppen (Bermejo, 2014: 28)

Daneben wird Ofcom als zusätzliche Regulierungsbehörde eingesetzt, welche häufig durch externe Beobachter das Angebot der BBC beurteilt. Dies geschieht zum Beispiel durch Publikumsbefragungen oder Analysen des Programms. (Van den Bulk et al., 2018: 20)

Doch auch im Bereich der Finanzierung kann die Regierung Großbritanniens einen gewissen Einfluss nehmen. Während der Neuauflage der Royal Charter, beteiligt sich das Parlament an der Entscheidung über die Ermittlung der Gebühren (Murdock, 2017: 53). Eben so hätte die britische Regierung das Recht nicht die vollständig erhobenen Lizenzgebühren an die BBC zu transferieren. Dadurch könnten sie erheblichen Druck auf den Broadcaster ausüben und möglicherweise Einfluss auf die Geschäfte und die Arbeit der BBC nehmen: „[...] It is the government that effectively sets the term of debate and is able to use license fee negotiations as a lever with which to extract certain forms of behaviour from the BBC.“ (Freedman, 2018: 7f.). In ihrer jahrelangen Geschichte, kam dieses Verfahren jedoch noch nie zur Anwendung (Murdock, 2017: 53). Auch wenn die BBC den Auftrag hat, unparteiische und unabhängige Nachrichten zu produzieren, fordern speziell konservative Stimmen, eine Gebührenstreichung, da der Sender für ihre Einstellung zu linksorientiert arbeitet (Zaschke, 2016). Eine direkte Beeinflussung des Programms und des Angebotes der BBC durch die Politik, sowie eine dadurch entstehende Einschränkung der Unabhängigkeit ist nicht gegeben. Jedoch hätte die britische Regierung Möglichkeiten mit Maßnahmen gegen den Broadcaster vorzugehen, um deren Geschäftsfähigkeit zu beeinträchtigen. Durch die zusätzlichen Einnahmen, wie zum Beispiel den World Service oder die BBC Studios, wäre es jedoch anzunehmen, dass die BBC im Ausnahmefall ihre Arbeit fortführen kann. Trotzdem muss das Ganze als möglicher Risikofaktor angesehen werden, welche privat-wirtschaftliche Medienanbieter nicht ausgesetzt sind. Die Leistungsfähigkeit des PSB sollte dadurch aber nicht gefährdet oder stark eingeschränkt sein.

4.4 Ökonomisches Wettbewerbsumfeld

Die BBC ist einer der dominierendsten Newsprovider, über alle mediale Plattformen hinweg und bietet ihre Programme über Radio, Fernsehen oder digital im Internet an. „According to Ofcom, the UK television news industry has only three big ‚players‘, the BBC, ITV and Sky News - although the publicly funded BBC is far bigger than the other two.“ (Bermejo, et al. 2014: 21) Auch im europäischen Vergleich der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, besitzt die BBC gemeinsam mit Channel 4, den höchsten Marktanteil von 46 Prozent im TV-Sektor (Grossenbacher et al., 2015: 30; Vgl. Abbildung 6, Anhang S. VIII). Dies lässt sich darauf zurückführen, dass der Broadcaster auch die meisten Programme im britischen Fernsehen ausstrahlt. Auf dem Radiomarkt, kann sich die BBC ebenfalls gegen ihre kommerziellen Konkurrenten durchsetzen. (Sehl et al., 2016: 39f.) Doch nicht nur auf dem Gebiet der linearen Unterhaltung hat die BBC eine gute Stellung, auch im Bereich der Online Nachrichten, kann sich der Broadcaster einen Platz im wachsenden Oligopol neben Anbietern wie DailyMail, The Guardian oder Google, sichern. Auch die wöchentliche Nutzung der online Angebote spricht für den wachsenden Einfluss der BBC in der britischen Gesellschaft. (Newmann et al., 2018: 62; Bermejo et al., 2014: 7f.) In der Royal Charter ist zusätzlich verankert, dass die BBC verschiedene Partnerschaften und Kooperationen mit anderen Organisationen oder

Inhalteanbietern eingehen darf, solange die Umsetzung des öffentlichen Auftrages nicht gefährdet wird. Somit können auch bei begrenzten finanziellen Mitteln, Synergien erzeugt werden. Die BBC ist damit nicht nur Inhalteproduzent, sondern auch Distributionsdienstleister für andere Anbieter, indem sie dafür zum Beispiel ihre Internetplattformen anbietet. (Frey-Vor, 2018: 90)

Wichtig anzumerken ist, dass die BBC in viele Untersuchungen oder Studien gemeinsam mit Channel 4 betrachtet wird. Das liegt daran, dass die BBC über das „top-slicing“ Prinzip alle Aktivitäten des Senders mitfinanziert, sowie ihnen ebenfalls ihre Kommunikationskanäle zum Ausstrahlen anbietet (Zaschke, 2016).

5 Die BBC in der digitalen Medienumgebung (LM)

Seit Beginn der Digitalisierung haben sich Medien und damit auch die Bedingungen für das Handeln von Medienunternehmen weitreichend verändert. Auch öffentlich-rechtliche Medienanbieter, so auch die BBC, sind von diesen Entwicklungen in besonderem Maße betroffen. Digitalisierung und Konvergenz haben allein in Bezug auf Medien sowohl Einfluss auf die Produktion journalistischer Inhalte als auch auf den medialen Gesamtmarkt, Organisationsstrukturen, Arbeitsweisen und nicht zuletzt die Rezeption medialer Inhalte (Gransow, 2018: 17ff.). Im anschließenden Teil soll nun die BBC – stellvertretend für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Vereinigten Königreich – mit Blick auf eben diese Veränderungen untersucht werden. Der Schwerpunkt wird hier auf der Darstellung der Entwicklung der BBC im Digitalisierungsverlauf liegen, um eine Einschätzung ihrer bisherigen Rolle und Bedeutung in diesem Prozess herauszuarbeiten. Auch soll in diesem Zusammenhang die seit einigen Jahren geführte und weiterhin aktuelle Debatte um die Legitimation der BBC im Kontext digitalen Wandels aufgegriffen werden.

5.1 Digitalisierung der BBC: Anfänge, Organisationsentwicklung und Angebotsausbau

Zunächst werden kurz die wichtigsten Veränderungen der Angebote und der damit verbundenen neuen Rolle der BBC als Public Service Broadcaster im Kontext des digitalen Wandels skizziert. Die BBC gehört mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland und Dänemark zu den ersten, die schon seit Mitte der 1990er Jahre im Internet präsent sind. Nachdem sie 1997 mit ihrer Website *BBC News Online* online gegangen war (Ramsey, 2016: 155), begann die BBC frühzeitig damit, wichtige nationale und internationale Ereignisse mit einer Online-Berichterstattung zu begleiten. Damit übte sie einen fördernden Einfluss auf die Digitalisierung im Rest Großbritanniens aus (Collins, 2009; Freedman & Schlosberg, 2011: 7; Michalis, 2018: 205), wodurch ihr eine entscheidende Rolle in den nationalen Digitalisierungsplänen – auch bezeichnet als *Building Digital Britain* - zugedacht wurde (Ramsey, 2016: 154). Zudem ist die BBC nach Ansicht mancher Wissenschaftler insofern als wegbereitend zu begreifen, als dass sie bisher mehr als andere öffentlich-

rechtliche Institutionen die Bedeutung und Notwendigkeit der digitalen Transformation erkannt und dem entsprechend gehandelt habe (Rotermund, 2018: 84; Michalis, 2018: 196f.; Sehl et al., 2016: 39; Brevini, 2010: 356).

Insbesondere die in der *Royal Charter* von 2006 konsolidierte Entscheidung¹², die künftigen Online-Aktivitäten der BBC neben Fernsehen und Radio als den „third great arm“ anzuerkennen (Ramsey, 2016: 154f.), veranschaulicht jene Strategie, digitale Angebote nicht nur als untergeordnete, zusätzliche Serviceleistungen zu behandeln, sondern sie vielmehr als gleichberechtigte Komponenten ihres Gesamtangebots aufzufassen. Dieser Beschluss manifestierte sich in den folgenden Jahren in Form einer Multiplattform- (ebd.:154) und vor allem einer „internet-first“-Strategie (Michalis, 2018: 205) sowie einiger entscheidender Angebotsentwicklungen. Die „internet-first“-Strategie zeigte sich unter anderem an den hohen finanziellen Investitionen der BBC in ihr digitales Angebot und der Förderung von dessen Ausbau – verglichen mit den Investitionen anderer öffentlich-rechtlicher Medienanbieter in EU-Ländern (Bermejo et al., 2014: 26, 91). Die Entwicklung des *BBC iPlayers* als Video-on-Demand (VoD) Mediathek und Plattform als wichtiger Meilenstein im Jahr 2007 stellte damals eine beispielgebende Weiterentwicklung dar und gewann schnell an Reichweite (Gransow, 2018: 141; Grossenbacher et al., 2015: 157; Collins 2009). Im Jahr 2008 konnte Großbritannien damit die höchste Verbreitung des digitalen Fernsehens in Europa aufweisen (Freedman & Schlosberg, 2011: 15). Seitdem wurde zur Anpassung an die Konvergenz-Entwicklungen der Medien und Kanäle einerseits mehr Wert auf Kooperationen mit anderen Unternehmen gelegt (Collins, 2009) und andererseits ein sogenannter integrierter Newsroom eingerichtet, bei dem die bisher getrennten Bereiche des *News-Channels*, der *BBC World* und der Online-Angebote in einem multimedialen Newsroom zusammengefasst wurden. Dadurch veränderte sich auch die Arbeitsweise der Journalisten insoweit, als dass sie seitdem plattform- und medienübergreifend arbeiten (Sehl, Cornia & Nielsen, 2018: 9, 18). Eine solche Newsroomintegration zur Steigerung der redaktionellen Qualität und Effektivität wird häufig als „necessary or logical response to the advent of digital media“ (ebd.: 1) bezeichnet. Die Umwandlung des umfangreichen Radioangebots der BBC in zahlreiche Podcasts (Newman et al.: 30f.)¹³, neue Online-Radiokanäle, der Ausbau des digitalen Nachrichtensektors, der sich bis 2011 zu den meist besuchten Newswebsites entwickelt hatte,(Freedman & Schlosberg, 2011: 20, 26f.) und der 2012 abgeschlossene Übergang vom analogen Rundfunk zum *Digital Terrestrial Television* (DTT) (Ramsey, 2016: 154) stellen nächste relevante Entwicklungen in den 2010er Jahren dar. Zu dem erwähnten digitalen Nachrichtenausbau gehört auch die Fertigstellung der bisher sehr erfolgreichen *BBC News-App* 2010 (Sehl et al., 2016: 26), auf die auch einige weitere Apps folgten, die verschiedene Bereiche abdecken (Grossenbacher et al., 2015: 160).

¹²Der Plan, den Online Aktivitäten die Rolle eines „third-arm“ zukommen zu lassen, war schon in den 1990ern entstanden (Brevini, 2010) und wurde dann in der Royal Charter von 2006 offiziell in der Strategie verankert.

¹³Die Rezeption von Podcasts scheint im Vereinigten Königreich jedoch weitaus geringer als in anderen Ländern zu sein. Dem entsprechend ist hier die Reichweite dieses Angebots geringer. (Newman et al., 2018: 54f.)

Im November 2015 gab der *BBC Trust* die Genehmigung für die Umwandlung des bisherigen Fernsehsenders *BBC Three* in einen reinen online Kanal (Ramsey, 2016: 1). Dies stellt nicht nur für die Angebotsentwicklung im Zuge der Digitalisierung einen zentralen Einschnitt dar. Es gab auch der Debatte um den Auftrag der BBC und die Legitimation der Lizenzgebühr neuen Aufschwung (ebd.: 155), was im folgenden Kapitel 5.2 noch einmal genauer aufgegriffen werden soll. *BBC Three* bestand seit 2003 zunächst nur als klassischer Fernsehsender und richtet sich seitdem an die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 16 und 34 Jahren. 2014 wurde die letzte Performance-Untersuchung von *BBC Three* unternommen, die zum Ergebnis hatte, dass *BBC Three* weiterhin gute Reichweiten- und Akzeptanzwerte unter der anvisierten Zielgruppe verzeichnen konnte. Ramsey argumentiert hier, dass der eigentliche Grund für die Umwandlung von *BBC Three* in ein online-only Angebot nicht der sei, dass gemäß der Befürchtungen vieler, die junge Zielgruppe durch lineares Fernsehen nicht mehr erreicht werden würde. Eine der Ursachen dieser Entwicklung liege, nach Ramsey, vielmehr darin, dass die BBC seit 2010 Ausgabenkürzungen habe vornehmen müssen. Um die Qualität des Programms zu erhalten, wolle man demnach keine Kürzungen an den Programmbudgets vornehmen, sondern eher an den Distributionskosten sparen. Als weiteren Beweggrund wurde angegeben, man müsse sich an die neue Fernsehlandschaft und die damit verbundene Veränderung von Rezeption und Publikumserwartungen anpassen. Auch die BBC als öffentlich-rechtlicher und nicht kommerzieller Medienanbieter müsse versuchen, eine hohe Reichweite zu erreichen und sich somit im nationalen und globalen Wettbewerb zu behaupten. Angeführt werden hier Konkurrenten wie *Amazon* oder *Netflix*, gegen deren Angebot es zu bestehen gelte. Obgleich sich die Distribution und die Form des Inhalts ändern konnten, wurde mehrmals betont, dass *BBC Three* auch online ein zentraler BBC-Service bleiben würde. Insgesamt stellt sich die zentralste Veränderung von *BBC Three* als eine neue Form der Bereitstellung heraus, die sich grundsätzlich an aktuellen Trends der Rezeption medialer online-Inhalte orientiert. (ebd.: 155ff.)

Seit diesen Entwicklungen, und mit der neuen *Royal Charter* von 2017 wurde ein erneuter Fokus auf digitalen Ausbau anhand neuer Trends gesetzt. Inhaltlich wurden hier die Prioritäten auf die Bereiche Nachrichten und Kinderangebote gesetzt (Frey-Vor, 2018: 93). Bezüglich der strategischen Angebotsveränderungen werden vor allem mobile Bereitstellung, Video-on Demand und personalisierte Inhaltszusammenstellungen, Social Media Präsenz, um einen effektiven Austausch mit den Rezipienten zu gewährleisten, und interaktive Angebote fokussiert (ebd.: 2018). Um das Angebot personalisieren zu können, will die BBC nun auch zum besseren Verständnis ihrer Zielgruppen Nutzerdaten auswerten. Gleichzeitig soll auch die *Public Value*-Forschung zu den online angebotenen Inhalten ausgebaut werden (ebd.: 92f.). Ursächlich für die aktuelle Strategie sind aus digitalem Wandel resultierende Entwicklungen, die Medien in allen Hinsichten betreffen. So hat in den letzten Jahren eine Publikumsfragmentierung stattgefunden, durch die sich das klassische Massenpublikum in verschiedenste Publikumsnischen zerstreut hat (McElroy & Noonan, 2018:

163) und auf die mit Personalisierung von Angeboten durch Analyse von Nutzerdaten reagiert wird. Dies wiederum hat dazu geführt, dass sich die klassische one-to-many Massenkommunikation der Medien – spätestens seit dem Erfolg und der Einbettung sozialer Medien im Alltag – hin zu einer weitaus interaktiveren Form der kommunikativen Beziehung zwischen Medien und Publikum entwickelt hat, was die Umstellung auf interaktivere Angebote und Social Media-Kommunikation notwendig macht. (Gransow, 2018: 20f.; Goodwin, 2018: 39)

Schaut man sich die Performance der Online-Angebote der BBC an, lassen sich im Allgemeinen vergleichsweise hohe Reichweiten feststellen (Sehl et al., 2016: 39). Der *iPlayer* stellt bis heute die am häufigsten besuchte VoD-Plattform in Großbritannien dar. Insgesamt wird die Höhe der Reichweite der BBC Online-Services – gemessen an der durchschnittlichen Nutzung digitaler Angebote in Großbritannien und verglichen mit den Reichweiten anderer europäischer PSBs – immer wieder positiv herausgestellt¹⁴.

5.2 Legitimationsdebatte

Öffentlich-rechtlichen Medien stellt sich, wie Christiana Gransow feststellt, zusätzlich zu den allgemeinen Herausforderungen digitaler Transformation, die besondere Schwierigkeit, sich auf den sich verändernden Medienmarkt einzustellen und dabei gleichzeitig die Qualität ihrer Angebote im Sinne ihrer öffentlichen Aufgabe zu gewährleisten. Befürchtungen, wie eine übermäßige Orientierung der BBC an gewinnorientierten Unternehmen als Folge der Digitalisierung (Gransow, 2018: 18), führten in den vergangenen Jahren dazu, dass die Arbeitsfähigkeit der BBC in der digitalen Welt immer wieder hinterfragt und diskutiert wurde. Gransow spricht hier von der „Vermittlungskrise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ (ebd.: 19).

Eine der Konsequenzen des digitalen Wandels und der damit verbundenen Medienkonvergenz ist nach Gransow die Frage nach der möglichen Verfasstheit einer zeitgemäßen Regulierung konvergenter und digitaler Medien (Gransow, 2018: 19). Auch die BBC scheint sich der Aktualität dieser Problematik bewusst zu sein, da seit 2006 – wie bereits in den Kapiteln 3.1 und 3.2 dargestellt – kontinuierliche Veränderungen in der Aufsicht und Regulierung stattgefunden haben. Neue möglichst unabhängige Aufsichtsgremien (wie der *BBC Trust*) und Instrumente wie der *Public Value Test*, die alle Angebote einer Prüfung auf ihren Wert für die Öffentlichkeit unterziehen, sollen hier mehr Transparenz schaffen, um die Legitimation der BBC zu sichern, und gleichzeitig helfen, sich auf die veränderten Bedingungen – bezogen auf die Organisation selbst, aber auch auf die neuen digitalen Angebote – einzustellen und weiterhin dem öffentlichen Auftrag gerecht zu werden (ebd.:

¹⁴Zur Performance und zu Nutzungsstatistiken finden sich auf der einen Seite einige Belege durch Publikationen der BBC (siehe BBC, 2018a). Leider kann hier nur die zusammenfassende Einschätzung anderer Wissenschaftler herangezogen werden, da eine genaue Auswertung der aktuellen Nutzungsstatistiken ein zu großes Ausmaß der Arbeit zuzufolge hätte. Der größte Teil der hier herangezogenen Autoren bewertet die Reichweite und Performance der digitalen Angebote jedoch insgesamt sehr positiv (siehe hierzu Ramsey, 2018: 154; Newman et al., 2018: 25ff.; Bermejo et al., 2014: 26; Sehl et al., 2018: 6; Sehl et al., 2016: 18).

139).

Wie im vorangegangenen Teil deutlich wurde, steht die BBC auch vor der Schwierigkeit, in der aktuellen Zeit des digitalen Wandels, durch den zudem auch internationale Konkurrenz für die BBC relevanter geworden ist, ihre Reichweite zu behalten. Dieser Schwierigkeit versucht sie mit den im vorigen Teil beschriebenen Strategien entgegenzukommen. Weiterhin ist aktuell eine Hinwendung zur Kooperation mit kommerziellen Anbietern zu beobachten. So investierte die BBC in die Zusammenarbeit mit kommerziellen Organisationen wie beispielsweise Sky und plant in Zukunft vermehrte Zusammenarbeit mit kommerziellen Medienanbietern, um gemeinsame Plattformen mit umfangreicheren Inhalten anbieten zu können (Michalis, 2018: 203f.; Frey-Vor, 2018: 90). Dabei steht sie jedoch auch unter einem Rechtfertigungsdruck dieser Aktivitäten bezüglich der Gefahr, sich hiermit zu sehr geleitet von kommerzieller Handlungslogik an das Publikum anzupassen. Die Kritik, dass die BBC mit ihrer bisherigen Digitalisierungsstrategie nicht ihren Auftrag erfülle, wird auch von kommerziellen Anbietern geäußert. (Gransow, 2018: 20, 141; Collins, 2009; Michalis, 2018: 203; Sehl et al., 2016: 32)

Eine weitere häufig kritisierte und debattierte Entwicklung innerhalb der BBC war, wie bereits kurz umrissen, die Umwandlung von *BBC Three* in einen online-only-Kanal. Es schürte insbesondere die Diskussionsbereitschaft, als die Idee aufkam, *BBC Three Online* als „blueprint for future changes to the remainder of the BBC’s television channels“ (Ramsey, 2016: 159) zu betrachten. Dies ist vor allem im Kontext der vermehrten Infragestellung der Lizenzgebühr zu erklären. Da die Gebührengelder – wie bereits in Kapitel 3.3 erläutert – an den Besitz eines Fernsehgerätes gebunden sind, kam in den letzten Jahren vermehrt die Kritik auf, dass jene, die ein Fernsehgerät besitzen, nicht auch zwingend online-Inhalte nutzen würden oder könnten (jedoch für diese mitbezahlen müssen) oder andersherum, dass jene, die online-Angebote nutzen aber kein Fernsehgerät besitzen, somit für die Nutzung öffentlich-rechtlicher Inhalte der BBC keine Gebühr bezahlen müssten. Ein neuer online-only Kanal, der zudem noch als Vorbild für zukünftige weitere Transformationen vormals linearer Produkte zu reinen Online-Services fungieren soll, wurde demnach von einigen missbilligt (ebd.: 163). Auch wurde diese Entscheidung vor dem Hintergrund der eigentlichen Performance digitaler Angebote hinterfragt. Hier kann als Argument angebracht werden, dass zwar in jüngeren Generationen zum Teil eine Abwendung vom klassisch linearen Fernsehen und eine Hinwendung zu Video-on-Demand stattfindet, dies jedoch nur durch minimale Veränderungen in den Nutzungsstatistiken nachzuweisen sei (Michalis, 2018: 205f.; Ramsey, 2018: 155). Grossenbacher et al. sehen die BBC durch diese häufiger werdende Kritik in Verbindung mit den politischen Entwicklungen der letzten Jahre zunehmend als gefährdet an:

„Die bisherige Ausnahmestellung der BBC in Großbritannien bröckelt, sowohl in Hinblick auf ihre Finanzierung, als auch bezüglich ihres öffentlichen Auftrags und ihrer Selbstregulierungsmechanismen. Auslöser für diese mittlerweile breit und kontrovers geführte Debatte war zum einen der er-

neute Wahlsieg der Tories im Mai 2015. Die Konservativen zählen seit Jahren zu den vehementesten Kritikern der BBC (...). Das Wahlergebnis, das der Conservative Party die absolute Mehrheit im Unterhaus brachte, hat den BBC-Kritikern weiteren Schwung verliehen.“ (Grossenbacher et al., 2015: 39)

Mit der aktuellen *Royal Charter* konnte zumindest vorläufig das Fortbestehen der BBC gesichert werden. Insgesamt stellen sich die Anstrengungen, die die BBC unternimmt, um der digitalen Transformation beizukommen, als sehr umfangreich heraus. So haben zusammenfassend in fast allen zentralen Bereichen der Organisation und ihrer Angebote weitreichende digital-orientierte Veränderungen stattgefunden (Frey-Vor, 2018: 88f.). Sehl et al. ziehen vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen das Fazit, dass die britische BBC zusammen mit der finnischen Yle – obgleich beide auch noch einen starken Fokus auf ihre traditionelle Angebotsbereitstellung beibehalten – allgemein als „being ahead of most other public service media organisations“ (Sehl et al., 2016: 5) gesehen werden können. Der Grund hierfür sei ihre Fähigkeit, sich organisationsstrukturell auf die digitale Transformation einzustellen, ihre erfolgreiche geräteübergreifende Bereitstellung von Content und ihre Nutzung von Social Media (ebd.: 5). Diese Beweglichkeit und Offenheit hinsichtlich Veränderungen, die Organisations-, Strategie und Angebotsstrukturen betreffen, stellt eine besondere Fähigkeit des britischen und finnischen PSBs dar und räumt einen Vorteil im Prozess der digitalen Transformation ein. Zwar ist die BBC seit Anfang der 2000er Jahre verstärkt dazu gezwungen, ihr Handeln vor verschiedensten Akteuren der Öffentlichkeit zu rechtfertigen und zu legitimieren, jedoch hat sie bisher, mithilfe von Veränderungen der Regulierungsstruktur und des Angebots, dieser Kritik maßgeblich entgegengewirkt und kann zudem eine weiterhin hohe Reichweite und Akzeptanz ihrer Online-Services vorweisen. Inwiefern aktuelle gesellschaftliche, technologische, wirtschaftliche und politische Veränderungen wie der Brexit die Legitimationsfrage der BBC wieder aufleben lassen werden und welchen Einfluss dies auf das Fortbestehen der BBC zum Ende der aktuellen Charter Periode 2027 haben wird, bleibt abzuwarten. Fasst man die dargestellten Entwicklungen und die meisten genannten Einschätzungen zusammen, lässt sich die Rolle der BBC in der digitalen Welt jedoch bisher als wegbereitend und vorbildhaft bezeichnen.

6 Fazit (LM)

Die BBC gilt als älteste und größte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt der Welt (Aigner, Handrich, Mattes & Pavel, 2017: 109). Seit ihrer Gründung 1922 stellen sich ihr, wie unter der Beleuchtung der Kontextfaktoren (Kapitel 2) bereits deutlich wurde, einige Herausforderungen. So muss sie sich seither der Schwierigkeit der Repräsentation ihrer vier verschiedenen (Sprach-) Regionen stellen und war dabei stets einer starken wirtschaftlichen Konkurrenz ausgesetzt. Zudem sollten die fortlaufenden technischen Entwicklungen des 20. Jahrhunderts nicht außer Acht gelassen werden, die Medien, bezogen auf ihre Produktion, Rezeption und Distribution, und Medienorganisatio-

nen von Grund auf verändert haben. Auch der Stellenwert von Medien in der Öffentlichkeit hat sich angesichts der historischen Entwicklungen der letzten hundert Jahre grundlegend verändert. Somit waren auch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten in Europa von diesen Entwicklungen betroffen und mussten sich stets neu an die veränderten Bedingungen anpassen, um ihre Legitimation zu erhalten. Mit dem digitalen Wandel im späten 20. und frühen 21. Jahrhundert, der auch heute noch nicht abgeschlossen ist, stehen Medienorganisationen, wie auch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten erneut vor einer großen Herausforderung. Der BBC kommt während solcher Veränderungsprozesse insofern eine besondere Rolle unter den PSBs Europas zu, als dass sie in der Vergangenheit und auch heute in Zeiten der digitalen Transformation eine beispielhafte und wegbereitende Rolle eingenommen hat. An diese waren jedoch auch stets viele Erwartungen geknüpft und durch ihr frühes Engagement im digitalen Angebotsausbau, war und ist die BBC einer ständigen Kritik und Infragestellung ihrer Bedeutung im digitalen Zeitalter seitens öffentlicher Akteure ausgesetzt.

Im vorangegangenen Projektbericht sollte aus diesen Gründen, der Frage nachgegangen werden, wie leistungsfähig die BBC als öffentlich-rechtlicher Rundfunk vor dem Hintergrund dieser Kontextfaktoren ist. Dies sollte insbesondere an ihrer Unabhängigkeit von wirtschaftlichen und politischen Einflüssen, ihrem daraus resultierenden Handlungsspielraum, ihrer Angebotsqualität und -performance und ihrer Rolle in der digitalen Medienumgebung bemessen werden. Aus der Darstellung der strukturellen und organisatorischen Verfasstheit der BBC und ihrer Finanzierung (Kapitel 3) haben sich besonders bezogen auf die Unabhängigkeit von staatlichen Einflüssen einige Zweifel ergeben. So zeigt sich vor allem eine relevante Einflussmöglichkeit des Staates hinsichtlich der Finanzierung. Mit der Möglichkeit der Einflussnahme auf die Lizenzgebührenhöhe ergibt sich eine eindeutige Abhängigkeit der BBC von der britischen Regierung. Einige angebrachte Standpunkte deuten jedoch darauf hin, dass zumindest bisher diese Einflussmöglichkeit durch die historisch verankerte Stellung der BBC im Vereinigten Königreich limitiert wurde, da die Unabhängigkeit bereits früh im allgemeinen Verständnis von der BBC verankert wurde.

Aus der Angebotsanalyse und der Untersuchung des digitalen Angebots (Kapitel 4 und 5) hat sich insgesamt ein sehr positives Bild bezüglich der Leistungsfähigkeit der BBC ergeben. Es hat sich gezeigt, dass die BBC im britischen Fernseh- und Radiomarkt einen vergleichsweise großen Marktanteil einnimmt und ein sehr umfangreiches sowie auch differenziertes Angebot bereitstellt, um verschiedenste Zielgruppen in den vier Regionen des Vereinigten Königreichs ansprechen zu können und ihrem Auftrag im Sinne der „Reithian Trinity“ nachzukommen. Durch diese Fülle ihrer Angebote und Dienstleistungen, auch im digitalen Bereich, nimmt die BBC also eine sehr dominante Stellung auf dem Medienmarkt Großbritanniens ein und kann diesbezüglich durchaus als leistungsfähig bezeichnet werden. Auch die Leistungsfähigkeit der BBC in der Erfüllung des Auftrags kann positiv eingeschätzt werden. Durch die Ofcom, den Public Value Test und das Qualitätsma-

nagement der BBC, werden alle Angebote und Dienstleistungen permanent auf ihre Qualität und ihren Wert für die Öffentlichkeit hin geprüft. In der Analyse der „Beschaffenheit der Inhalte“ wurde deutlich, dass auch die Presse, als ein möglicher Vertreter der öffentlichen Meinung, die Qualität der Inhalte und Angebote sehr positiv einschätzt. In den Kapiteln 4.2 und 5.2 ließ sich diese positive Einschätzung zudem anhand der Akzeptanz durch das Publikum bestätigen. So haben sowohl die klassischen linearen Angebote der BBC als auch die digitalen Dienstleistungen eine überdurchschnittlich hohe Reichweite und Akzeptanz. Einzig problematisch ist hier, dass es Kritik an ihrer Fähigkeit gibt, einzelne regionale Landesteile in ihrem Angebot umfassend zu reflektieren und diese mit einzubeziehen (Kapitel 2.2). Zudem gibt es auch zunehmend Kritik an der „internet-first“ Strategie der BBC, durch die die Befürchtung aufkommt, die BBC würde die Zielgruppen, die keine Internetangebote nutzen, vernachlässigen. Auf der anderen Seite wird jedoch stets genau beobachtet, ob die BBC ausreichend in ihren digitalen Ausbau investiert, um sich in der aktuellen Medienumgebung behaupten zu können und nicht die Zielgruppen zu vernachlässigen, die ausschließlich online-Angebote nutzen. Hier muss sich die BBC zwischen beiden Kritikpunkten bewegen und versuchen, beiden Ansprüchen gleichermaßen gerecht zu werden. Wie bereits angemerkt wurde, ist dies von besonderer Bedeutung für die BBC, um den Rückhalt der britischen Bevölkerung angesichts des permanenten Legitimationsdrucks nicht zu verlieren. Ungeachtet dieser Kritik kann die BBC jedoch weiterhin hohe Nutzungszahlen und Akzeptanzwerte bei einem Großteil ihrer Angebote vorweisen.

Zusammenfassend lässt sich die BBC auf der Basis der vorangegangenen Analyse, bezogen auf den Punkt der Unabhängigkeit, der Qualität ihrer Angebote, der Erfüllung ihres Auftrags und ihrer Fähigkeit zur Anpassung an den digitalen Wandel, als leistungsfähiger öffentlich-rechtlicher Rundfunk bezeichnen. Hier muss jedoch angemerkt werden, dass zum einen noch aussteht, wie sie sich im weiteren Verlauf der Digitalisierung entwickeln wird und ob sie ihre Position in der digitalen Medienumgebung halten kann. Hier könnte vor allem der Ausbau von kommerziellen Streamingdiensten wie Netflix in Zukunft eine weiterhin wachsende Konkurrenz darstellen. Auch konnten hier nur wenige Quellen angeführt werden, die sich bezüglich der Leistungsfähigkeit der BBC negativ äußern. Es bleibt unklar, worin der Mangel an jenen Quellen begründet ist und wie die Standpunkte, die negative Einschätzungen abgeben, gewichtet werden können. Ein weiterer Punkt, dessen Folgen für Großbritanniens Politik und Wirtschaft und damit auch für die BBC noch nicht abzuschätzen sind, ist der Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU. Da dieser Prozess noch im Gange ist und es täglich neue Entwicklungen dies betreffend gibt, existieren bisher noch nicht ausreichende wissenschaftliche Untersuchungen dazu, welche Folgen dies für die weitere Entwicklung der BBC haben wird. Eine Einschätzung dessen steht damit noch aus.

7 Anhang

7.1 Zuordnung der Verfasserinnen

Die Kapitel 1 (Einleitung) und 2 wurden vollständig von Gina Flemming (GF) verfasst. Kapitel 4 wurde vollständig von Victoria Glaser (VG) verfasst und Kapitel 5 und 6 (Fazit) wurden vollständig von Leah Moll (LM) verfasst. Kapitel 3 wurde aufgeteilt. Hinter den einzelnen Kapitelüberschriften stehen hier deswegen noch einmal die Namenskürzel.

7.2 Abkürzungsverzeichnis

BBC = British Broadcasting Corporation

bpb = Bundeszentrale für politische Bildung

etc. = et cetera

IfM = Institut für Medien- und Kommunikationspolitik

PSB = Public Service Broadcaster

z. B. = zum Beispiel

7.3 Literatur- und Quellenverzeichnis

Aigner, R., Handrich, L., Mattes, A. & Pavel, F. (2017). *Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in einer konvergenten Medienwelt*. Berlin: DIW.

BBC. (2019a). *Around the World*. Online abgerufen unter <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo/aroundtheworld> (01.03.2019).

BBC. (2019b). *How We are Run. Structure and Governance*. Online abgerufen unter <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/managementstructure/bbcstructure> (08.03.2019).

BBC. (2019c). *What We Do*. Online abgerufen unter <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo> (01.03.2019).

BBC. (2018a). *BBC Annual Report and Accounts 2017/18*. Online abgerufen unter http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/reports/pdf/bbc_annualreport_201718.pdf (09.03.2019).

BBC. (2018b). *Inside the BBC. At a Glance*. Online abgerufen unter <https://www.bbc.co.uk/corporate2/insidethebbc/whoweare/ataglance> (31.12.2018).

BBC. (2018c). *Television Licence Fee Trust Statement for the Year Ending 31 March 2018*. Online abgerufen unter <https://www.tvlicensing.co.uk/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheadname1=content-type&blobheadervalue1=application%2Fpdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1370006473124&ssbinary=true> (12.02.2019).

BBC. (2018d). *BBC publishes Annual Report 2017/18*. Online abgerufen: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/annual-report> (2.03.2019)

BBC. (2019d) *Programmes*. Online abgerufen unter : <https://www.bbc.co.uk/programmes> (1.03.2019)

BBC (2017). *Inside the BBC. Who are we. BBC Board*. Online abgerufen unter: <http://www.bbc.co.uk/corporate2/insidethebbc/managementstructure/bbcboard> (28.02.2019)

BBC. (2014a). *BBC Annual Report and Accounts 2013/14*. Online abgerufen unter <http://www.bbc.co.uk/annualreport/2014/bbc-trust/audiences.html> (01.03.2019).

- BBC (2014b). *Understanding Audiences*. Online abgerufen unter : https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/342260/bbc_annualreport_201314_bbctrust_understandingaudiences.pdf (26.03.2019)
- Bermejo, F., Chan, Y., Comanescu, I., Cortés, C., Jamaï, A., Smokvina, T.K.,...Watts, G. (2014). *Mapping Digital Media. Global Findings. Digital Journalism: Making News, Breaking News*. New York: Open Society Foundations.
- Blum, R. (2005). Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme. *Medienwissenschaft Schweiz*, 2005(2), 5-11.
- Brevini, B. (2010). Towards PSB 2.0? Applying the PSB ethos to online media in Europe: A comparative study of PSBs' internet policies in Spain, Italy and Britain. *European Journal of Communication*, 25(4), 348-365.
- Bundeszentrale für politische Bildung [bpb]. (2012). *BBC*. Online abgerufen unter <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/mediendatenbank/133419/bbc?p=all> (01.03.2019).
- Channel 4. (2019). *What is Channel 4?*. Online abgerufen unter https://www.channel4.com/corporate/about-4/who-we-are/what-is-channel-4?intcmp=footer_4corporate (01.03.2019).
- Collins, R. (2009). *Die BBC, das Internet und „Public Value“*. Online abgerufen unter <http://www.bpb.de/apuz/32170/die-bbc-das-internet-und-public-value?p=all> (09.03.2019).
- Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2016a). *Broadcasting. An Agreement Between Her Majesty's Secretary of State for Culture, Media and Sport and the British Broadcasting Corporation*. Online abgerufen unter <https://www.gov.uk/government/publications/bbc-charter-and-framework-agreement> (01.03.2019).
- Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2016b). *Broadcasting. Copy of Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation*. Online abgerufen unter <https://www.gov.uk/government/publications/bbc-charter-and-framework-agreement> (01.03.2019).
- Firmstone, J. (2019). *United Kingdom*. Online abgerufen unter: <https://medialandscapes.org/country/united-kingdom> (02.03.2019).
- Freedman, D. (2018). „Public Service“ and the Journalism Crisis: Is the BBC the Answer?. *Television & New Media*, 20(3), 1-16.
- Freedman, D. & Schlosberg, J. (2011). *Mapping Digital Media: United Kingdom. A report by the open society foundations*. Online abgerufen unter <https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-united-kingdom-20110701.pdf> (11.03.2019).
- Frey-Vor, G. (2018). BBC: Öffentlich-rechtlicher Auftrag gesichert. *Media Perspektiven*, 2018(2), 88-94.
- Goodwin, P. (2018). An Impossible Challenge for Public Service Media? The Intellectual Context of the Networked Society. In G. Ferrell Lowe, H. Van den Bulck & K. Donders (Hrsg.), *Public Service Media in the Networked Society* (S. 29-42). Göteborg: Nordicom.
- Gransow, C. (2018). *Public Value-Konzepte im öffentlichen Rundfunk. Eine vergleichende Analyse europäischer Rundfunksysteme*. Wiesbaden: Springer VS.
- Grossenbacher, R., Glaab-Seuken, S. & Baumgärtner, M. (2015). *Kosten und Finanzierung des öffentlichen Rundfunks im europäischen Vergleich. Bericht. Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag der Eidgenössischen Medienkommission (EMEK)*. Online abgerufen unter <https://www.emek.admin.ch/de/archiv/uebersicht/2015/> (09.03.2019).
- Gundlach, H. (2016). Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. In J. Krone & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie* (S.1-25). Wiesbaden: Springer VS.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University: Cambridge University Press.
- Institut für Medien- und Kommunikationspolitik [IfM]. (2017). *BBC*. Online abgerufen unter <https://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/bbc.html> (30.12.2018).
- Jungclaussen, J.F. (2015, 07. Juli). BBC. Extrem gut und unglaublich teuer. *Zeit Online*. Online abgerufen

unter <https://www.zeit.de/kultur/2015-07/bbc-kuerzungen-etat> (11.03.2019).

Lis, B., Nienstedt, H.-W., & Günster, C. (2017). No public value without a valued public. *International Journal on Media Management*, 20(1), 25-50.

McElroy, R. & Noonan, C. (2018). Public Service Media and Digital Innovation. The Small Nation Experience. In G. Ferrell Lowe, H. Van den Bulck & K. Donders (Hrsg.), *Public Service Media in the Networked Society* (S. 159-174). Göteborg: Nordicom.

Michalis, M. (2018). Distribution Dilemmas for Public Service Media. Evidence from the BBC. In G. Ferrell Lowe, H. Van den Bulck & K. Donders (Hrsg.), *Public Service Media in the Networked Society* (S. 195-210). Göteborg: Nordicom.

Murdock, G. (2018). Reclaiming Digital Space. From Commercial Enclosure to the Broadcast Commons. In G. Ferrell Lowe, H. Van den Bulck & K. Donders (Hrsg.), *Public Service Media in the Networked Society* (S. 43-58). Göteborg: Nordicom.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D.A.L. & Kleis Nielsen, R. (2018). *Digital News Report 2018*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nowak, E. (2014). *Autonomy and Regulatory Frameworks of Public Service Media in the Triangle of Politics, the Public and Economy: A Comparative Approach* [Working Paper]. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Politics.co.uk. (k.D.). *BBC*. Online abgerufen unter <https://www.politics.co.uk/reference/bbc> (11.03.2019).

Psychogiopoulou, E., Anagnostou, D., Craufurd Smith, R. & Stolte, Y. (2012). A comparative analysis of the freedom and independence of public service broadcasters in fourteen European countries. In Mediadem (Hrsg.), *Comparative Report. Media freedom and independence in 14 European countries: A comparative perspective* (S. 9-52).

Ramsey, P. (2016). ‚It could redefine public service broadcasting in the digital age‘: Assessing the rationale for moving BBC Three online. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(2), 152-167.

Rotermund, H. (2018). Digital Media Culture and Public Service Media in the Platform Era. In G. Ferrell Lowe, H. Van den Bulck & K. Donders (Hrsg.), *Public Service Media in the Networked Society* (S. 75-90). Göteborg: Nordicom.

Schweizer, C. & Puppis, M. (2018). Public Service Media in the ‘Network’ Era. A Comparison of Remits, Funding, and Debate in 17 Countries. In G. Ferrell Lowe, H. Van den Bulck & K. Donders (Hrsg.), *Public Service Media in the Networked Society* (S. 109-124). Göteborg: Nordicom.

Sehl, A., Cornia, A. & Nielsen, R.K. (2016). *Public service news and digital media. Digital News project 2016*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Sehl, A., Cornia, A., Graves, L. & Nielsen, R.K. (2018). Newsroom Integration As An Organizational Challenge. *Journalism Studies*. Online abgerufen unter <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2018.1507684?journalCode=rjos20> (15.03.2019).

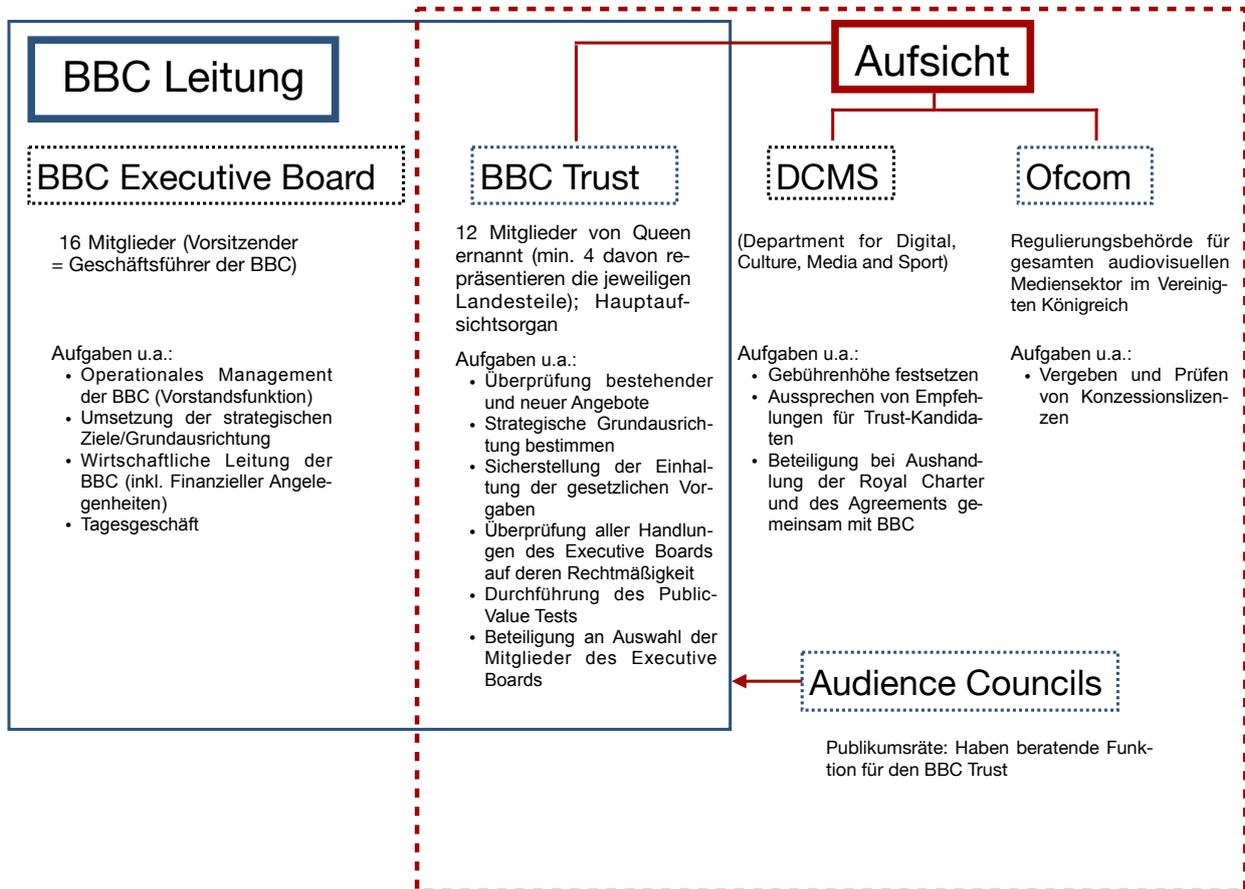
Smith, R. C., & Stolte, Y. (2011). *Case study report. Does media policy promote media freedom and independence? The case of the UK*. Edinburgh: Mediadem.

The World Bank. (2019). *Population, total*. Online abgerufen unter <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL> (01.03.2019).

Zaschke, C. (2016, 15. Oktober). Die BBC - so hochgelobt wie umstritten. *Sueddeutsche*. Online abgerufen unter <https://www.sueddeutsche.de/medien/britisches-fernsehen-was-die-bbc-fuer-grossbritannien-bedeutet-1.3205270> (20.12.2018).

7.4 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Eigene vereinfachte Darstellung der Führungs- und Aufsichtsstruktur der BBC in der Charterperiode 2006-2016 (basierend auf Gransow, 2018: 144-157, Nowak, 2014: 15 und Grosenbacher, Glaab-Seuken & Baumgärtner, 2015: 20ff., 37ff.).



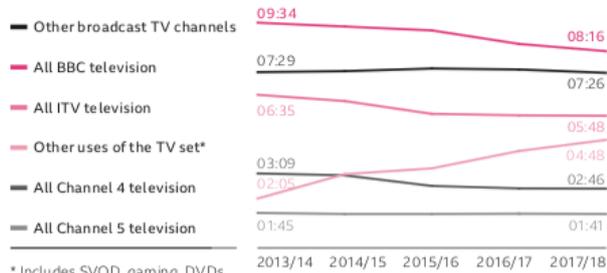
 = Teil der BBC Führungsstruktur (Der BBC Trust lässt sich hier auch mit einordnen, da er neben seinen Aufsichtspflichten auch die Aufgabe der Festlegung der strategischen Grundausrichtung hat und zudem Einfluss auf die Besetzung des Executive Boards hat)

 = Aufsichtsorgane der BBC (BBC Trust, DCMS, Ofcom)

Abbildung 2: Wöchentliche Nutzungsdauer Radio und Fernsehen (BBC 2018a: 62).

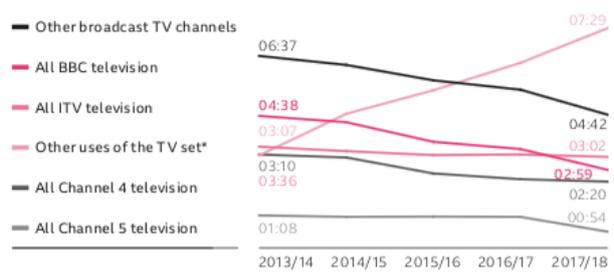
Time spent using the TV set for different purposes per week 2013/14-2017/18, hours:minutes

Adults aged 16+: Average weekly time per head (hh:mm)



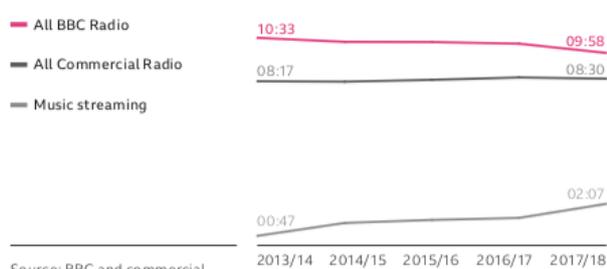
* Includes SVOD, gaming, DVDs.
Source: BARB (TV-owning households).

Young adults aged 16-34: Average weekly time per head (hh:mm)



Time spent using radio services/music streaming per week 2013/14-2017/18, hours:minutes

Adults aged 15+: Average weekly time per head (hh:mm)



Source: BBC and commercial radio from RAJAR. Music streaming estimates from MIDAS/RAJAR.

Young adults aged 15-34: Average weekly time per head (hh:mm)

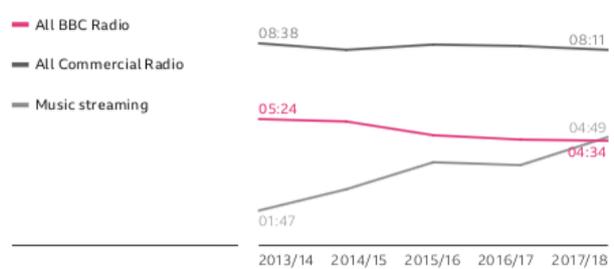


Abbildung 3: Nutzung von Nachrichtenprovider in Großbritannien aus dem Reuters Digital Newsreport 2018 (Newman et al. 2018: 62).

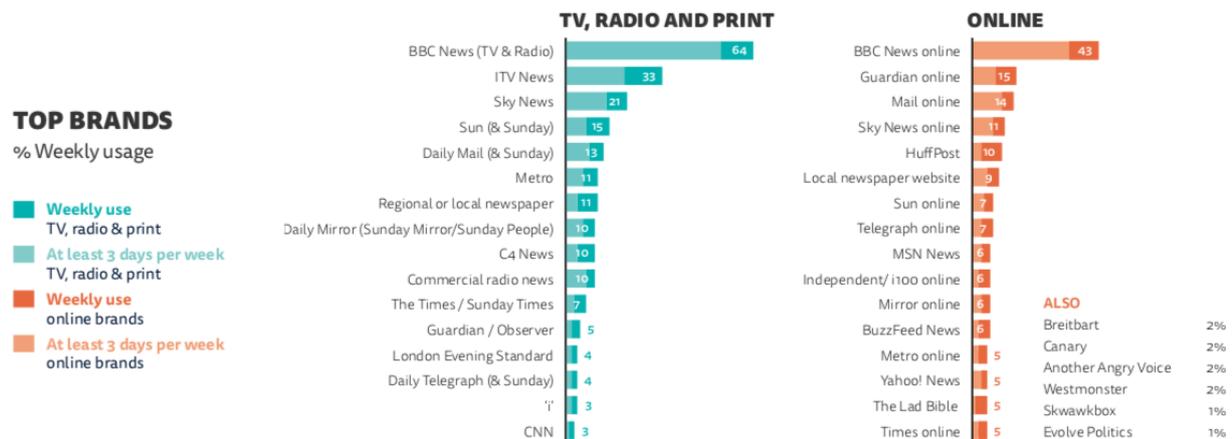


Abbildung 4: Vertrauenswerte von Nachrichtenanbieter in Großbritannien aus dem *Reuters Digital News Report 2018* (Newman et al. 2018: 63)

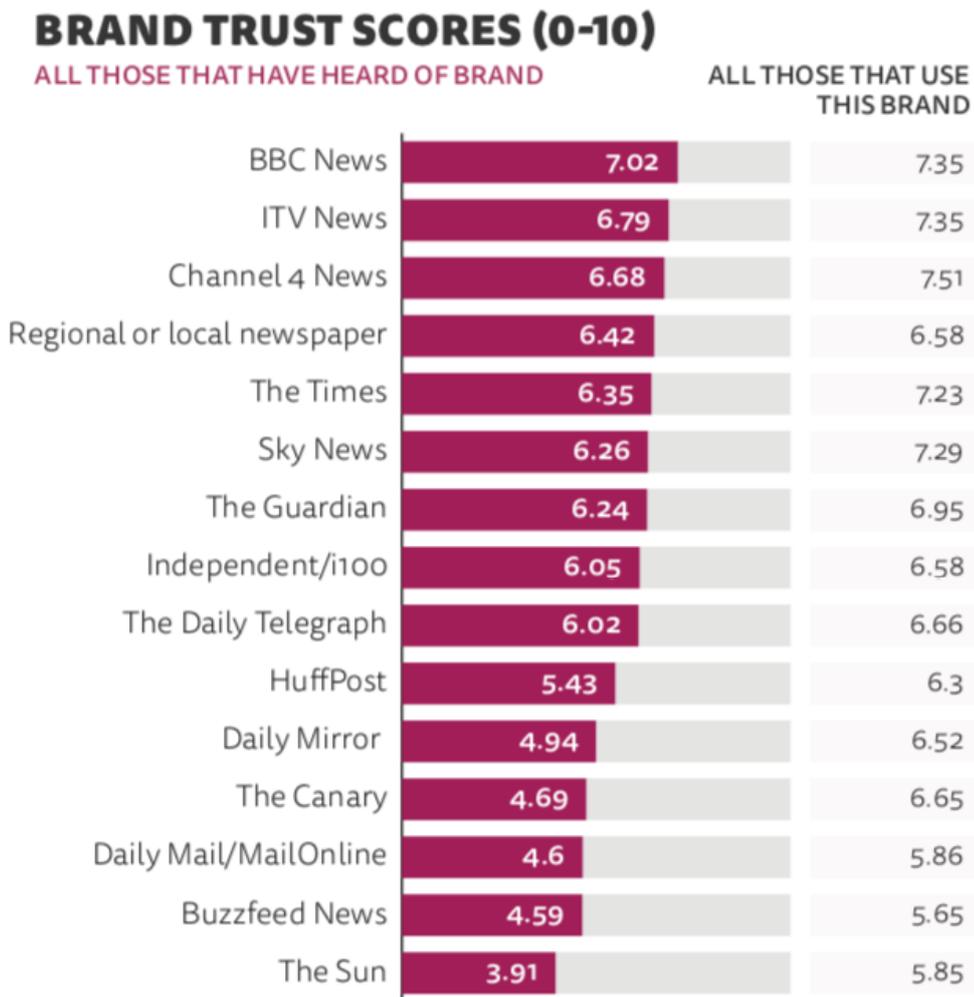
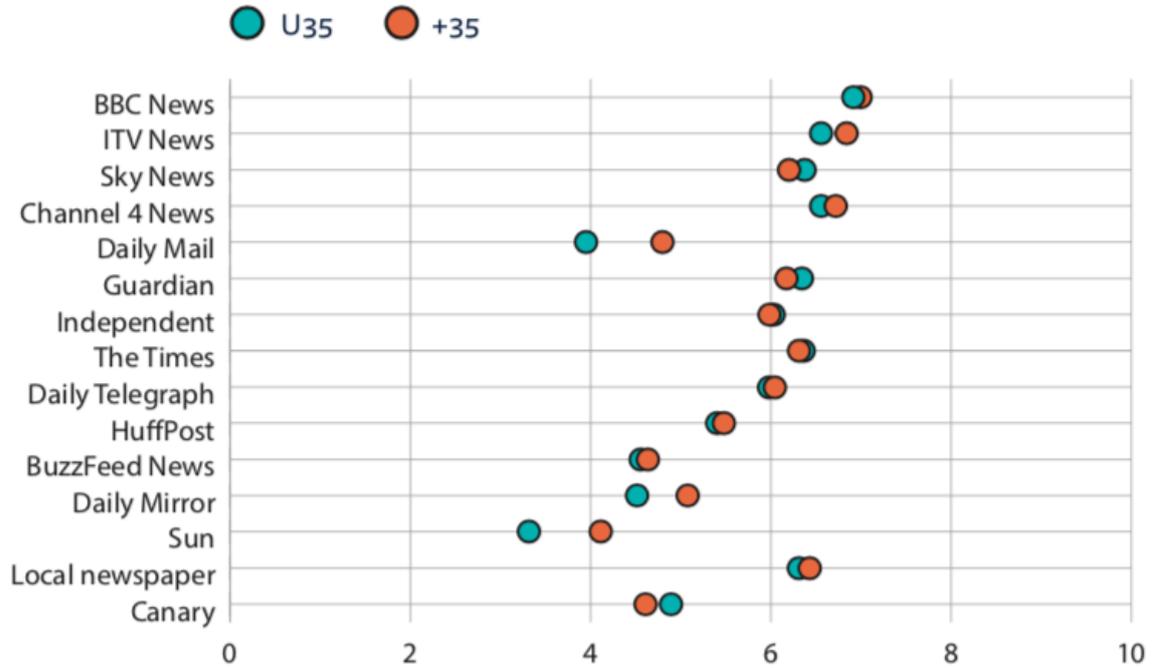


Abbildung 5: Vertrauen in Nachrichtenanbieter in Großbritannien aus dem *Reuters Digital News Report 2018* (Newman et al. 2018: 43)

AVERAGE LEVEL OF TRUST IN SELECTED NEWS BRANDS BY AGE - UK



Q6_2018. How trustworthy would you say news from the following brands is? Use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'. Base: Total sample in each market. Note: People who indicated that they have not heard of a brand were excluded.