

**Stellungnahme vom 5. Juli 2019
Der WDR in den sogenannten sozialen Medien**

Der WDR-Rundfunkrat

- unterstützt grundsätzlich die Strategie des WDR, seine qualitativ hochwertigen und unabhängigen Inhalte möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen. Die sogenannten sozialen Medien im Internet, darunter insbesondere Facebook, WhatsApp und Instagram, spielen eine so wichtige Rolle, dass sie der WDR trotz aller Kritik an deren Geschäftsmodell als Ausspielungswege nicht ignorieren kann.
- fordert den WDR auf, sich gegenüber der Medienpolitik für eine vielfaltssichernde, zeitgemäße Regulierung von Plattformbetreibern und Intermediären aktiv einzusetzen.
- erwartet vom WDR, Nutzen und Risiken sozialer Medien als Verbreitungswege und für den Dialog mit dem Publikum sorgfältig gegeneinander abzuwägen. Er geht davon aus, dass dies mittels geeigneter Indikatoren bereits jetzt erfolgt. Spätestens ab Ende 2019 soll diese Abwägung im Rahmen eines Gesamtkonzepts für alle Angebote des WDR über soziale Medien erfolgen. Den hohen Reichweiten und den Chancen, vor allem die junge Zielgruppe verstärkt für öffentlich-rechtliche Angebote zu gewinnen, stehen Risiken durch intransparente Geschäftsmodelle, möglichen Missbrauch öffentlich-rechtlicher Inhalte sowie Defizite beim Datenschutz gegenüber. Das Gremium begrüßt deshalb die Überlegungen des WDR, die Nutzung von Facebook und anderer sozialer Medien regelmäßig zu überdenken.
- hält insbesondere den Datenschutz durch Facebook, WhatsApp und Instagram für unzureichend. Das Gremium verweist auf bekannt gewordene Datenskandale und auf die aktuelle Rechtsprechung. Offen sind viele Fragen zur Mitverantwortung, die Programmhersteller wie der WDR haben, wenn sie Facebook zur Verbreitung ihrer Inhalte nutzen.
- setzt voraus, dass der Personal- und Sachaufwand für Facebook und weitere soziale Medien grundsätzlich in einem angemessenen Verhältnis zum Aufwand für eigene Online-Portale wie der Mediathek steht. Er erwartet ein zentrales Controlling aller Zusatzkosten, soweit sich diese abgrenzen lassen.
- erwartet, dass der Sender systematisch prüft, ob seine Angebote in sozialen Medien im Einklang mit rechtlichen Vorgaben sind, inklusive genehmigter Telemedienkonzepte, und dass er den Rundfunkrat darauf hinweist, sobald dies möglicherweise nicht der Fall ist.
- fordert, dass der WDR seine journalistischen Standards auch bei Inhalten einhält, die er über Facebook und andere soziale Medien verbreitet. Der hohe Qualitätsanspruch des öffentlich-rechtlichen Senders und sein gesellschaftliches Ansehen dürfen zugunsten zusätzlicher Reichweite bei der onlineaffinen Bevölkerung nicht gemindert werden. Der WDR muss negative Rückwirkungen der Netzwerke und ihrer Algorithmen auf die redaktionelle Arbeitsweise vermeiden. Z.B. sollte er Inhalte nicht danach auswählen, dass sie emotional zugespielt sind und deshalb höhere Interaktionsraten erwarten lassen.
- erwartet, dass der Sender trotz der Nutzung sozialer Medien weiterhin kritisch über diese Verbreitungswege und dahinter stehende Anbieter wie den Facebook-Konzern berichtet, insbesondere mit Blick auf Defizite beim Datenschutz. Auch im Kontext aller sonstigen Inhalte, die der WDR über soziale Medien anbietet, sind Risiken im Zusammenhang mit Datenschutz jederzeit transparent darzustellen.
- regt eine regelmäßige Überprüfung und Weiterentwicklung der „Social Media Guidelines“ für die WDR-Mitarbeiter*innen an. Die Guidelines sollen u. a. eine klare Trennung zwischen dienstlichen und privaten Auftritten in sozialen Medien sicherstellen.

- empfiehlt dem WDR zu überlegen, inwieweit Facebook-Auftritte im Sinne des Auftrags auch zur gesellschaftlichen Aufklärung genutzt werden können. Mit Blick auf die im November 2019 geplante ARD-Themenwoche „Zukunft Bildung“ unter Federführung des WDR regt der Rundfunkrat an, das Publikum auch über Risiken und verantwortungsvolle Nutzung sozialer Medien zu informieren.
- regt zudem an zu prüfen, inwiefern soziale Netzwerke für ein strategisches Marketing im Sinne des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und als sinnvolle Ergänzung für klassische Marketingaktionen genutzt werden können.
- unterstützt den WDR darin, auf einen einheitlichen Umgang der ARD mit sozialen Netzwerken hinzuwirken. Das Gremium hält es beispielsweise für geboten, im öffentlich-rechtlichen Fernseh-, Hörfunk- oder Onlineprogramm nur allgemein auf soziale Medien statt auf bestimmte Anbieter wie Facebook hinzuweisen. Auch das Ziel des WDR, möglichst viel Interaktion mit Nutzer*innen von Drittplattformen auf eigene Internetseiten umzuleiten, würde sich für die gesamte ARD anbieten.
- begrüßt vor diesem Hintergrund auch die Überlegungen zu einer europäischen öffentlich-rechtlichen Plattform, wenngleich den potenziellen Chancen erhebliche Hindernisse einer Realisierung gegenüberstehen, dies nicht zuletzt mit Blick auf die Ressourcenspielräume.

Diese Stellungnahme wird auf der Internetseite wdr-rundfunkrat.de veröffentlicht.

* * *