

Eine Milliarde für freie Medien

Warum freie Medien diese Kampagne jetzt gemeinsam aufgreifen sollten

Freie Medien sind kein Randphänomen. Sie sind ein notwendiger Teil demokratischer Meinungsbildung. Sie greifen Themen auf, die im ÖRR untergehen oder bewusst vermieden werden und schaffen so Gegenöffentlichkeit und korrigieren Einseitigkeiten.

Umso deutlicher muss man einer Entwicklung entgegenreten, in der freie Medien aus dem Umfeld des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Gegner markiert werden. Nach Berichten über die Wiederwahl des ZDF-Intendanten Norbert Himmeler am 13. März 2026 wurde freien Medien sinngemäß die Rolle des „Feindes“ zugeschrieben. Genau daran muss breiter Widerspruch ansetzen.

Wenn mehr und mehr freie Medien sich mit demselben Logo und demselben Slogan vereint darstellen, um so mehr Wirksamkeit wird das Thema erhalten.

Es ist an der Zeit. Der ÖRR klagt gerade (06/2026) wieder beim BVerfG, um die nächste Erhöhung des Zwangsbeitrags durchzusetzen. 9 Milliarden ist dem ÖRR nicht genug, er wäre in seinen „Grundrechten“ beeinträchtigt.

Darum geht es

Mit der Kampagne „Eine Milliarde für freie Medien“ soll ein Thema groß gemacht werden, das eigentlich jedes freie Medium betrifft:

Wenn Milliarden aus Rundfunkbeiträgen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk fließen, dann muss endlich darüber gesprochen werden, warum freie Medien davon strukturell ausgeschlossen sind.

Es geht jetzt **nicht** darum, schon jede juristische und technische Detailfrage gelöst zu haben. Es geht darum, **die Debatte überhaupt zu eröffnen.**

Warum das für freie Medien ein Vorteil ist

Das Hauptproblem freier Medien ist oft nicht nur mangelnde Sichtbarkeit, sondern auch die Konkurrenz untereinander. Viele arbeiten im selben Markt und werben letztlich um dieselben Spenden-Euro, dieselbe Aufmerksamkeit und dieselben Unterstützer.

Genau deshalb ist diese Kampagne ein Gewinn:

- **Kein Medium muss finanzielle Zugeständnisse machen**
- **Kein Medium verliert die Unabhängigkeit in seiner Arbeit**
- **Jeder kann die Kampagne im eigenen Stil nutzen**
- **Jeder kann mit dem Thema für sich selbst werben**
- **Jeder kann seinen Standpunkt zum ÖRR vertreten, ob Abschaffung oder Reform.**

Die Kampagne schafft also einen **gemeinsamen Raum**, mit einer einzigen Forderung, ohne die üblichen wirtschaftlichen Konkurrenzprobleme zu verschärfen.

Warum die Verteilungsfrage jetzt noch nicht entscheidend ist

Oft wird sofort gefragt:

Wie soll denn diese Milliarde verteilt werden?

Die ehrliche Antwort lautet:

Das ist im Moment noch nicht relevant, das wäre der fünfte Schritt vor dem ersten.

Realistisch ist klar: Dieses Geld wird nicht morgen verteilt. Der erste Schritt muss deshalb sein, überhaupt das politische und gesellschaftliche Verständnis dafür zu schaffen, dass freie Medien einen legitimen Anspruch darauf haben, bei der Finanzierung von Medienvielfalt berücksichtigt zu werden.

Erst wenn dieses Thema groß genug geworden ist, lohnt sich die konkrete Debatte über Modelle, Wege und Verteilung. Dazu gibt die Kampagne nichts vor.

Was jetzt gebraucht wird

Nicht Perfektion. Nicht ein fertiges Endkonzept. Nicht die komplette Lösung im Voraus.

Was jetzt gebraucht wird, ist:

- ein klares gemeinsames Signal,
- öffentlicher Druck,
- die Sichtbarmachung der strukturellen Benachteiligung freier Medien,
- die Bereitschaft, das Thema gemeinsam anzuschieben.
- Die Einbeziehung der Menschen und Beitragszahler über z. B. eine Petition

Wie die Kampagne genutzt werden kann

Diese Kampagne soll **offen nutzbar** sein.

- mit dem Kampagnenlogo,
- im eigenen Medium,
- im eigenen Stil,
- mit eigener redaktioneller Freiheit.

Es muss nicht jedes Mal die Kampagne als Initiator genannt werden. Entscheidend ist, dass das Thema **breit genutzt wird** und dass viele freie Medien es zu **ihrem eigenen Thema** machen.

Der Punkt

Eine Milliarde für freie Medien ist kein fertiges Endmodell. Es ist der notwendige erste Schritt.

Wenn freie Medien gemeinsam deutlich machen, dass ihnen ein Anteil aus dem Rundfunkbeitrag zusteht, dann entsteht endlich der Druck, aus bloßer Kritik eine echte politische Debatte zu machen.

Jetzt geht es nicht um die perfekte Lösung.

Jetzt geht es darum, dass das Thema nicht länger ignoriert werden kann.