Hörer öffentlich-rechtlicher Radioprogramme kennen den Spot schon seit ein paar Wochen: Eine kaminfeuerknarzende Erzählonkelstimme spricht Selbstverständlichkeiten aus. Etwa: "Thesen können ihre Kraft erst dann wirklich entfalten, wenn

sie in die Öffentlichkeit gelangen". Später sagt der Sprecher, einst die deutsche Stimme von Robert Redford und Anthony Hopkins, noch diesen surrealen bis rätselhaften Satz: "Ein Sommer wird erst dann zum Märchen, wenn alle dabei sein können".

Der Image-Spot von ARD und ZDF: ein geschichtslogischer Rückwärtssalto mit Schraube

Am Ende steht ein eigentümlicher Kausalschluss: "Jeder hat ein Recht auf freien Zugang zu Informationen. Deshalb können Sie unser Online-Angebot auch in Zukunft uneingeschränkt nutzen. " Der Spot wirbt für die Internet-Aktivitäten von ARD und ZDF.

Nun spannen ARD und ZDF auch die Weiße Rose vor ihren Karren: In einem neuen TV-Werbespot nehmen die öffentlich-rechtlichen Sender die Widerstandskämpfer Hans und Sophie Scholl, Kirchen-Reformator Martin Luther und die DDR-Opposition in den Dienst, um Reklame zu machen für das Online-Angebot der gebührenfinanzierten Sender. (fr-online.de)

Bei allem Respekt für ARD und ZDF: Mit der Erfindung des Buchdrucks, der Reformation und dem Widerstand gegen Hitler hatten sie nun wirklich nichts zu tun. Und keine einzige Demokratie auf diesem Planeten ist durch den Einfluss öffentlich-rechtlicher Medien entstanden, sondern umgekehrt: Öffentlich-rechtliche Medien verdanken ihre Existenz der Demokratie. (spiegel.de)

Die ARD wollte sich am Mittwoch zu den Kosten der Spots nicht äußern. Es sei aber notwendig, die Gebührenzahler besser "über das breite Angebot zu informieren". (fr-online.de)

Nun, die Gebührenzahler sind wohl gut über das Angebot informiert. Täglich entscheiden sie sich neu, bei wem sie was sehen wollen.

Eigenwerbung kann auch anders aussehen.

Denn:

Die Messen in Sachen neue Spielregeln fürs Internet sind ohnehin gesungen, jetzt gebt's halt a Ruh oder agitiert die zuständigen Ministerpräsidenten höchstpersönlich. Aber lasst doch die normalen Gebührenzahler in Frieden fernsehen und steckt das Geld für die Spots lieber ins Programm. Denn da gehört es hin. (taz.de)