

Westdeutscher Rundfunk 50600 Köln

Präsidenten des
Landtags Nordrhein-Westfalen
Herr André Kuper
Postfach 10 11 43
40002 DüsseldorfLANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
17. WAHLPERIODE**STELLUNGNAHME**
17/2207

A12, A05

IntendanzAndré Busshuven
Appellhofplatz 1 50667 Köln
Telefon +49 (0)221 220-1017
andre.busshuven@wdr.de

Köln, 28. Januar 2020

23. Rundfunkänderungsstaatsvertrag und Änderung weiterer Gesetze
Anhörung A 12 - 30.01.2020
Stellungnahme des Westdeutschen Rundfunks Köln

Sehr geehrter Herr Kuper,

zur Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien und des Hauptausschusses am
30. Januar 2020 übersenden wir Ihnen die Stellungnahme des Westdeutschen
Rundfunks Köln zum 18. Rundfunkänderungsgesetz.

Freundliche Grüße



Tom Buhrow



Claudia Schare



Andreas Meyer-Lauber

**Gemeinsame Stellungnahme des Intendanten, des Verwaltungsrats und des
Rundfunkrats des Westdeutschen Rundfunks Köln (WDR)**

**zur Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien
des Landtags Nordrhein-Westfalen**

am 30. Januar 2020

**zum Gesetz zur Zustimmung zum Dreiundzwanzigsten
Rundfunkänderungsstaatsvertrag und zur Änderung weiterer Gesetze
(18. Rundfunkänderungsgesetz),**

hier: Gesetzentwurf der Landesregierung, Drucksache 17/8130

Der Westdeutsche Rundfunk begrüßt die von der Landesregierung angestoßenen Initiativen für strukturelle Erleichterungen und zur Weiterentwicklung des privaten Hörfunks in NRW in einer digitalen Transformationsphase.

Werbezeiten

In der Frage der Werbezeiten in seinen Hörfunkprogrammen sieht sich der WDR in Mitverantwortung für ein funktionsfähiges Hörfunksystem in Nordrhein-Westfalen und die werbungstreibende (mittelständische) Wirtschaft im Land.

Die Einnahmen aus der Hörfunkwerbung stellen für den WDR eine wichtige Erlösquelle in der Mischfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dar. Als Teil der Gesamt-Werbeeinnahmen aller Landesrundfunkanstalten und in programmverträglicher Dosis leisten sie einen Beitrag zur relativen Stabilität des Rundfunkbeitrags. Dies ist jedoch nicht der einzige Aspekt, auf den sich die Diskussion über Werbebeschränkungen fokussieren sollte.

Täglich hören rund 11 Mio. Menschen¹ in Nordrhein-Westfalen einen der hier ansässigen Radiosender. Mit Hörfunkwerbung sind im Schnitt 7 Mio. Kontakte in der nordrhein-westfälischen Bevölkerung zu erreichen, davon entfallen 54 Prozent (=rd. 3,8 Mio.)² auf die privaten Anbieter im Lokalfunk mit Radio NRW und 46 Prozent (=rd. 3,2 Mio.)³ auf den WDR. Einer Beschränkung des Werbezeitenvolumens unterliegt der Lokalfunk nicht; dem WDR sind derzeit gesetzlich 75 Minuten werktäglich im Jahresschnitt auf zwei Hörfunk-Wellen erlaubt.

¹ ma 2019 Audio II Update, Tagesreichweite Mo-So, Basis: NRW

² ma 2019 Audio II Update, Bruttokontaktsumme Mo-So, Durchschnittstunde 6-18 Uhr (ohne einstrahlende Sender), Basis: NRW

³ ma 2019 Audio II Update, Bruttokontaktsumme Mo-So, Durchschnittstunde 6-18 Uhr (ohne einstrahlende Sender), Basis: NRW

Zeigt der Hörermarkt Nordrhein-Westfalen ein nahezu ausgeglichenes Kräfteverhältnis, sieht es im Werbemarkt Nordrhein-Westfalen hingegen deutlich anders aus. Hier haben schon heute Radio NRW und der Lokalfunk eine dominante Stellung inne. Hinzu kommt, dass der private Hörfunk in NRW durch seine digitalen Werbemöglichkeiten einen Wettbewerbsvorteil gegenüber dem WDR hat.

Eine weitere Werbezeitenbeschränkung des WDR auf nur noch 60 Minuten und nur noch eine werbeführende Welle hätte mehrere negative Folgen; dies hat das von der Landesregierung beauftragte Gutachten bestätigt. Neben einem signifikanten Umsatzverlust beim WDR i.H.v. 28 Mio. € p.a. läge ein potentiell zu hebender zusätzlicher Umsatz für den Lokalfunk zwischen 1,1 und 3,5 Mio. € p.a.; diese Prognose trifft der Gutachter für die Jahre 2021 und 2022. Schon heute und auch perspektivisch identifiziert er als große Nutznießer die Anbieter von Digital-/Onlinewerbung und Außen-/Plakatwerbung. Zum Beispiel ist Online-Werbung bereits ein adäquates Substitut für Radiowerbung in Nordrhein-Westfalen. So ist die Konkurrenzsituation nicht primär innerhalb der Gattung Hörfunk, sondern im Verhältnis zu anderen Werbemedien zu sehen.

Der Gutachter sieht in weiteren Werbereduzierungen beim WDR einen „sehr starken Eingriff“ in den Hörfunkwerbemarkt Nordrhein-Westfalen mit bundesweiten Bezügen, der neben den öffentlich-rechtlichen Sendern auch die werbungtreibende Wirtschaft schädigen würde. Auch die Gattung Hörfunk würde in Mitleidenschaft gezogen, da sie als Werbeträger insgesamt an Attraktivität verlöre.

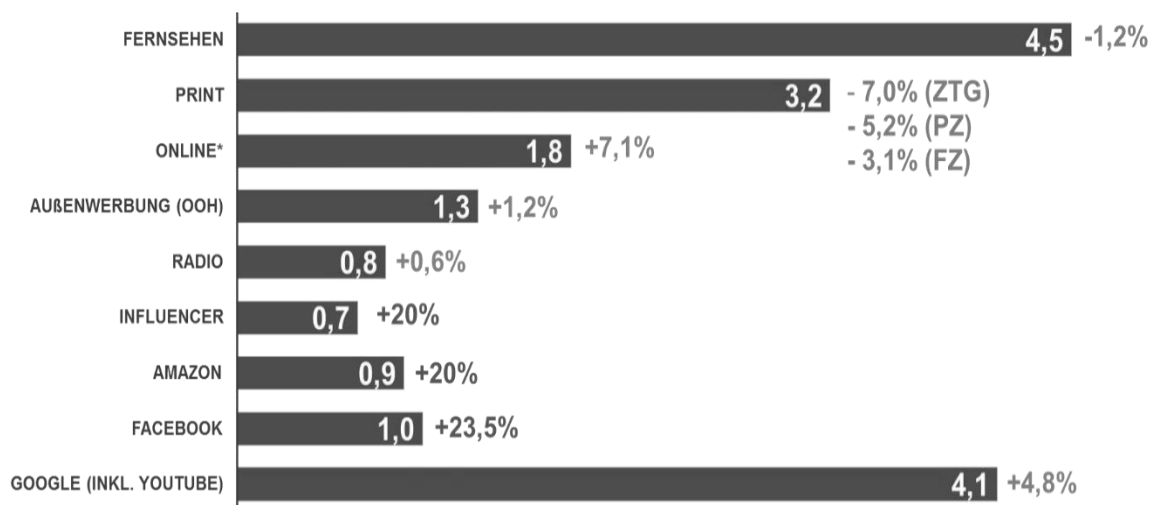
Erste Auswirkungen sind schon heute zu beobachten, denn die Angebote und Wahlmöglichkeiten sind schon durch die Beschränkung der Hörfunkwerbung auf 75 Minuten und damit die Einstellung der Werbung bei WDR 4 seit 2017 eingeeengt und ältere Zielgruppen in NRW nicht mehr effizient über Hörfunkwerbung erreichbar. Durch das Werbeverbot bei WDR 4 sind rund 700.000 Hörerkontakte⁴ nicht mehr zu erzielen. Das macht Radio insgesamt für einige Kunden zu einem unattraktiveren Werbemedium. Weil Hörerkontakte beim WDR nicht gleichwertig mit Hörerkontakten im Privatfunk zu ersetzen sind, suchen die Werbungtreibenden Alternativen außerhalb der Gattung Hörfunk. Die in WDR 4 entfallenen Werbezeiten in vollem Umfang in den privaten Angeboten aufzustocken, wäre nicht sinnvoll bzw. nicht möglich. Denn viele Werbungtreibende belegen schon heute in einem für sie ausreichenden Maße die privaten Radioangebote in NRW.

Alternativen finden sich deshalb vor allem in Werbemedien, die ebenfalls regional ausgesteuert und kurzfristig den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen verstärken können. Vorrangig zu nennen sind hier die digitalen Online-Medien (Google,

⁴ ma 2016 Radio I, Bruttokontaktsumme Mo-Fr, Durchschnittstunde 6-18 Uhr

Facebook, ...) und die (digitale) Außenwerbung. Mit der Belegung US-amerikanischer Angebote werden die Werbeinvestitionen dem hiesigen Wirtschaftskreislauf entzogen. Die Wettbewerbssituation für die Hörfunk-Anbieter verschärft sich in einem zunehmend digitalen Marktumfeld.

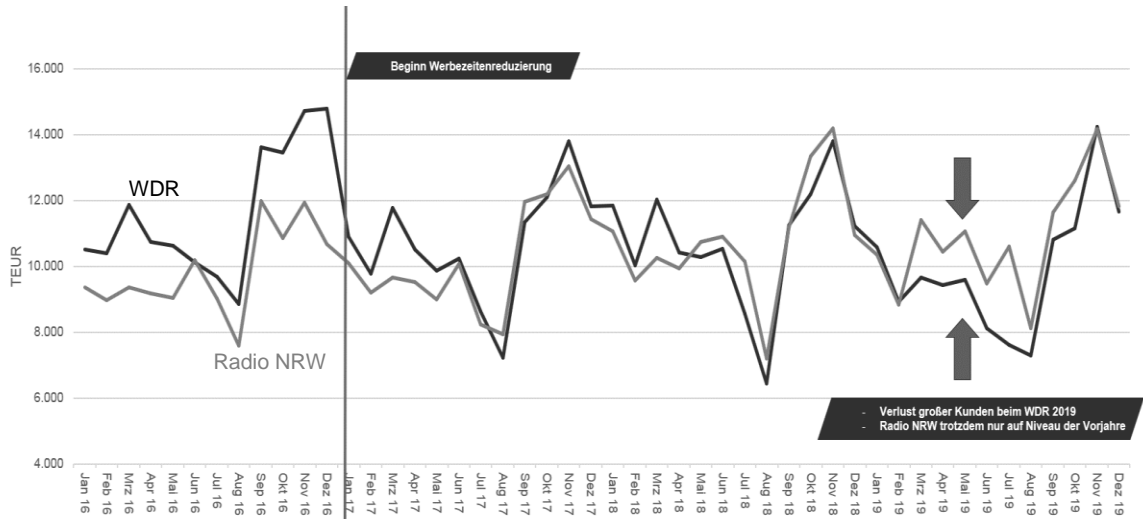
**Geschätzte Netto-Werbeumsätze Deutschland 2019 / in Mrd. €
(Veränderungen vs. 2018)**



* „Online“ = exklusive Google, Facebook (weil hier gesondert ausgewiesen), OOH = Out Of Home, ZTG = Zeitung, PZ = Publikumszeitschriften, FZ = Fachzeitschriften
Quellen: OMG Preview 2019 (Media-Agenturen), Goldmedia Studie Influencer Marketing 2018, ZAW 2018, AGMA 2019

So ist eine Werbezeitenreduzierung aus Sicht des WDR kein Instrument, das den Lokalfunk in NRW wirtschaftlich tragfähiger machen könnte. Im Gegenteil: Durch eine weitere Angebotsverknappung beim WDR würde das gesamte Hörfunksystem weiter geschwächt und der Lokalfunk in eine wirtschaftliche Gefahrenzone manövriert.

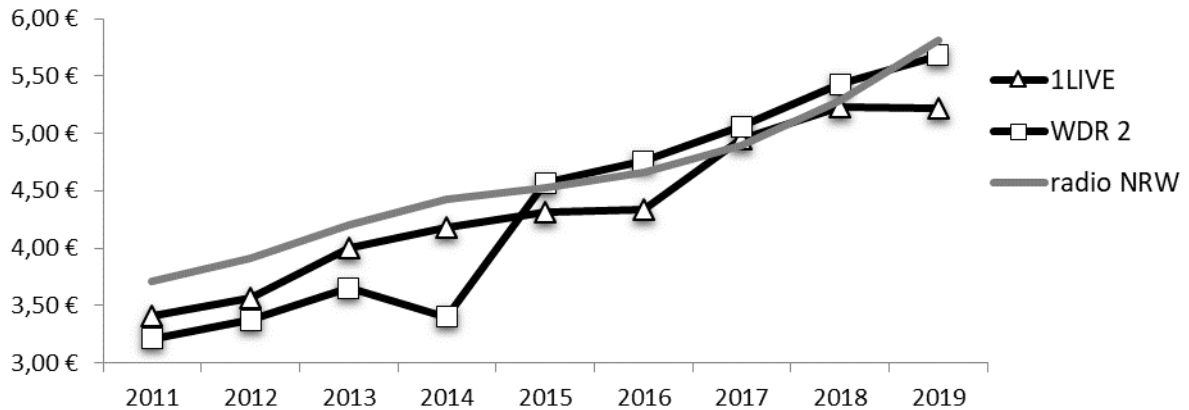
**Keine Mehrerlöse bei Radio NRW durch den Wegfall von WDR 4 im Zeitverlauf
2016 - 2019 Bruttowerbeerlöse pro Monat: Radio NRW vs. WDR**



Quelle: The Nielsen Company Januar 2020, WDR und Radio NRW

Im nordrhein-westfälischen Hörfunkwerbemarkt stehen der Lokalfunk (mit Radio NRW) und der WDR im gesunden Wettbewerb und sorgen gemeinsam für eine starke und kampagnenfähige Gattung Hörfunk. Dies zeigt sich auch an der Werbe-Preisentwicklung beider Wettbewerber: Von 2011 bis 2019 ist der Preis für tausend Hörerkontakte (TKP, hier: Erwachsene 14-49 J.) von 1LIVE um 53 Prozent und bei WDR 2 um 77 Prozent gestiegen. Radio NRW hat den TKP in diesem Zeitraum um 57 Prozent weiterentwickelt. Die WDR-Preisentwicklung der vergangenen Jahre ist eindeutig nicht im Zusammenhang mit der ersten Stufe der Werbezeitenreduzierung zu sehen. Denn für 2017 ff. wurden die Preise in einem boomenden Hörfunkmarkt unter Berücksichtigung der Nachfrage und der Entwicklung der Hörerzahlen gebildet.

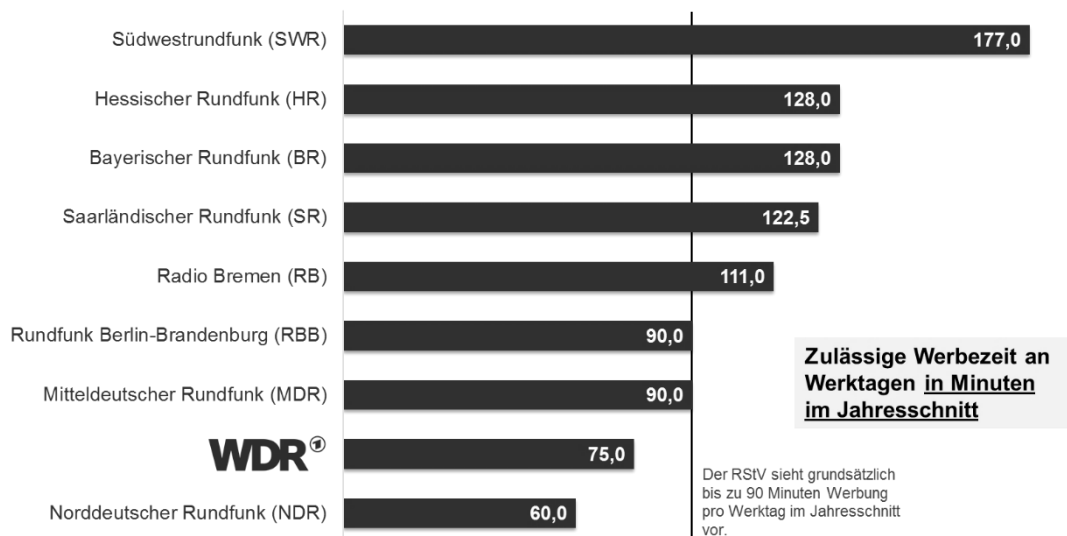
Entwicklung der Hörfunk-TKPs | Erwachsene 14-49 Jahre | Montag – Freitag



Quellen/Basis: ma 2011-II, 2012-II, 2013-II, 2014-II, 2015-II, 2016-II, 2017-II, 2018-II, 2019-II, Brutto-Einschaltpreise 30 Sek. / D-Std. 6-18 Uhr / E 14-49

Im Vergleich mit den anderen ARD-Landesrundfunkanstalten ist festzuhalten, dass der WDR bereits nach der ersten Stufe der Werbezeitenreduzierung deutlich unter die Grenze dessen gesetzt worden ist, was der Rundfunkstaatsvertrag vorgibt. Dieser sieht pro Landesrundfunkanstalt bis zu 90 Minuten Radiowerbung pro Werktag im Jahresschnitt vor (§ 16 Abs. 5 RStV). Die Anzahl werbeführender Wellen ist (anders als derzeit für den WDR) bei der überwiegenden Mehrheit der Landesrundfunkanstalten nicht vorgeschrieben.

Zulässige Werbezeiten im Hörfunk der ARD-Landesrundfunkanstalten an Werktagen in Minuten im Jahresschnitt



Quelle: KEF / Verzicht auf Werbung und Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
Recherche Media Perspektiven

Wichtiges Argument für die Werbereduzierung bei den WDR-Angeboten war seinerzeit die Annahme, dass nach Nordrhein-Westfalen auch weitere Bundesländer Werbereduzierungen bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten einleiten würden. Diese Annahme hat sich nicht bewahrheitet. Eine bundeseinheitliche Herabsetzung auf das NDR-Niveau mit erlaubten 60 Minuten Werbung werktätlich im Jahresschnitt auf nur einem Sender ist aus heutiger Sicht unrealistisch. Aufgrund der nicht zu erwartenden effektiven Beitragserhöhung durch die KEF ist auch nicht damit zu rechnen, dass die Werbeumsatzverluste der öffentlich-rechtlichen Sender durch Rundfunkbeitragsmittel ausgeglichen würden.

Mit Blick auf den Privatfunk in Nordrhein-Westfalen erkennt der WDR grundsätzlich die Schutzbedürftigkeit des Lokalfunksystems im aktuellen Marktumfeld an. Es gibt jedoch keinen einzigen Hinweis darauf, dass sich der Schutz bzw. eine wirtschaftliche Stabilisierung des Lokalfunks durch die bisherige bzw. eine weitere WDR-Werbezeitenreduzierung nachhaltig erreichen ließe.

Nebenwohnungen

Der WDR begrüßt die getroffene Regelung zur Befreiung von Nebenwohnungen (§ 4a RBStV neu). Mit der Vorschrift wurden die Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts aus dem Urteil vom 18. Juli 2018 (BVerfG, Urteil vom 18. Juli 2018 - 1 BvR 1675/16) vollständig umgesetzt. Das beschriebene Antragsverfahren ist in seiner Ausgestaltung mit einer Handhabung durch den Beitragsservice von ARD, ZDF und Deutschlandradio gut vereinbar. Insbesondere ist durch die Regelung klargestellt, dass der Beitragsservice für die dort vorgenommene Prüfung bestimmte Nachweise verlangen darf.

Die vorgesehene Erstreckung der Befreiungen für Nebenwohnungen auf Ehegatten und eingetragene Lebenspartner*innen geht über die Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts hinaus. Da der Kreis der Befreiungsberechtigten hierdurch erweitert wird, wirkt sich diese gesetzgeberische Entscheidung negativ auf die Beitragserträge des WDR aus. Dessen ungeachtet, sind die in der Gesetzesbegründung angeführten Argumente für die gefundene Regelung nachvollziehbar. Es ist zudem aus rechtlicher Sicht nicht zu beanstanden, dass der Gesetzgeber mit der Erstreckung von seinem Gestaltungsspielraum im Bereich des Fördergebots des Art. 6 Abs. 1 GG Gebrauch macht.