

Der Präsident des Landestages NRW
Ausschuss für Kultur und Medien
Platz des Landtages 1

40221 Düsseldorf

Vorab per Email: AKM@landtag.nrw.de

Köln, 13. April 2023

Stellungnahme des Film- und Medienverbandes NRW zur Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien am 20. April 2023 / Antrag der Fraktion der FDP, Drucksache 18/2565

Sehr geehrter Herr Präsident,
sehr geehrte Frau Vorsitzende,
sehr geehrte Mitglieder des Ausschusses für Kultur und Medien,

bitte finden Sie nachfolgend die Stellungnahme des Film- und Medienverbandes NRW zur Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien am 20. April 2023:

Einleitend:

- I. Der Film und Medienverband NRW ist seit seiner Gründung 1990 ein wichtiger Bestandteil und Mitgestalter der dynamischen Kultur und Kreativwirtschaft in NRW. Seine Mitglieder aus allen Genres mit ihrer vielfältigen Auftraggeberbasis (u. a. ARD, ZDF, RTL, SAT.1, Pro7, RTL2, Arte, Discovery, Disney+, Netflix)) stehen für ein Umsatzvolumen von über 200 Millionen Euro pro Jahr.
- II. Die Mitglieder des FUMV (wie die Mitglieder der bundesweiten Produzenten-Verbände) repräsentieren innere und äußere Pluralität und sichern Meinungsvielfalt.

1. Wirtschaftlicher Effekt:

1. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist grundsätzlich eine der „dynamischsten Wirtschaftszweige“ mit steten Wachstumsraten (BMWK).
2. Die Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW erzielt einen vergleichbaren Bruttowertschöpfungsbeitrag wie die Metallindustrie oder der Maschinenbau. Bei

der Erwerbstätigenzahl steht sie nach der Metallindustrie an 2. Stelle. (Creative NRW, 2019). Die Beschäftigungszahl der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW betrug 2018 299.500 Erwerbstätige und 52.900 Selbständige und Unternehmen, mit Wachstumsraten p. a. seit 2015 von 1,3% und 1,0% respektive (Creative NRW, 2019).

3. In einer starken Kultur- und Kreativwirtschaft liegen große volkswirtschaftliche Chancen und zukünftige Arbeitsplätze, gerade angesichts der anstehenden Transformationsprozessen der NRW-Wirtschaft
4. Die audiovisuelle Produktionswirtschaft für Kino, Fernsehen und Streamer ist ein dynamischer und für NRW sehr relevanter Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft: Die Produzentenstudie 2018 der Produzentenallianz hat den Gesamtumsatz der audiovisuellen Produktionswirtschaft für 2017 mit 4,9 Mrd. Euro bemessen. Der Anteil der TV-Produktionen liegt bei 2,45 Mrd. Euro. Die öffentlich-rechtlichen Sender waren dabei 2017 die wichtigsten Auftraggeber mit 1,37 Mrd. Euro vor den privaten Anbietern mit 1,05 Mrd. Euro. Die Unternehmensstrukturen in der audiovisuellen Produktionswirtschaft sind durch KMUs und durch einen starken Mittelstand geprägt. Nur 12,5% der ca. 1900 Marktteilnehmer, so stellt die Produzentenstudie fest, haben Umsätze über 5 Mio. Euro im Jahr.
5. NRW ist führender Standort für TV-Produktionen in Deutschland. Nahezu die Hälfte der deutschlandweit produzierten Programmminuten wurden 2019 und 2020 in NRW hergestellt. Der sogenannte Unterhaltungs-Bereich (dazu gehören Filme, Serien, Shows, Comedy, Dokusoaps, Factual Entertainment) hat dabei einen erheblichen Anteil für NRW: 61% des bundesweiten Entertainment-Produktionsvolumens werden in NRW hergestellt, während der Anteil des fiktionalen Produktionsvolumens gegenüber Bayern geringer ausfällt (NRW 15%) (Studio der Staatskanzlei des Landes NRW zur Film- und Fernsehproduktion in Nordrheinwestfalen 2022).
6. Die Ausgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, insbesondere die Programm-Ausgaben, die direkt an unabhängige Film- und TV Produktionsgesellschaften gehen, stellen einen wichtigen Impuls für Beschäftigung und Bruttowertschöpfung in NRW dar: so vergibt das ZDF z. B. 2023 bundesweit Aufträge in Höhe von ca. 800 Mio. Euro an Produktionsunternehmen zur Sicherung einer vielfältigen Produktionslandschaft. ARD und ZDF sind die größten Auftraggeber der deutschen Produzentenlandschaft.
7. Der gesamtwirtschaftliche Effekt der direkten und indirekten Ausgaben des öffentlichen Rundfunks wurde bislang für Deutschland nicht ermittelt. Die BBC hat ihren wirtschaftlichen Effekt auf die britische Wirtschaft 2021 durch die KPMG untersuchen lassen: In absoluten Zahlen erreichte die BBC 2019/2020 laut KPMG mit direkten Ausgaben von 1,9 Mrd. GBP einen Effekt für die britische Wirtschaft

von 4,9 Mrd. GBP und davon 3,1 Mrd. GBP für den Kreativsektor. 0,5 Mrd. GBP sind der Effekt von Ausgaben der direkt und indirekt durch die BBC-Beschäftigten, die in die Gesamtwirtschaft gelangen.

8. Für jedes britische Pfund, das die BBC im Berichtsjahr 2019/2020 direkt in den Wirtschaftskreislauf gab, entstand ein zusätzlicher Effekt für das Bruttoinlandsprodukt Großbritanniens von 1,63 GBP und ein Gesamtwirtschaftseffekt von 2,63 GBP. KPMG stellte weiterhin fest, dass der Gesamtwirtschaftseffekt der BBC von 2,63 GBP höher ist als der Branchendurchschnitt von 1,84 GBP. Es gibt erst einmal keinen Grund, bei der Betrachtung des gesamtwirtschaftlichen Effekts von ARD und ZDF von grundsätzlich anderen Maßgaben bzw. Verhältnissen auszugehen.

Daher hätten die Vorschläge der FDP-Landtagsfraktion zur zukünftigen Ausrichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dramatische Auswirkungen auf die gesamte Wirtschaft NRWs, den Medienstandort NRW und auf die Arbeitsplatz- und Ausbildungssituation im Land. Die Anzahl an Arbeitsplätzen, an Selbständigen und an Unternehmen würde dramatisch sinken. Die Pluralität der Anbieterinnen und Anbieter von Programminhalten und die Meinungsvielfalt generell wären gefährdet sowie die Wachstumschancen der NRW-Wirtschaft insgesamt.

2. Sicherung der Meinungs- und Programmviefalt

1. Ohne sich auf eine verfassungsrechtliche bzw. juristische Würdigung des Antrags einzulassen, gilt es, die inhaltliche Bedeutung aller Programmangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Meinungsbildung, den gesellschaftlichen Zusammenhalt, die Bildung und die Demokratie in NRW und Deutschland insgesamt zu erkennen und wert zu schätzen.
2. Es muss in der Programmhoheit der Sender - und fernab der politischen Einflussnahme - verbleiben zu entscheiden, welche Programme die öffentlich-rechtlichen Sender für alle Bevölkerungsschichten und Altersgruppen beauftragen und herstellen lassen, solange sie ihren Programmauftrag erfüllen.
3. Das BVerfG, wie auch zuletzt die Rundfunkkommission der Länder mit der Novelle des Medienstaatsvertrages in 2022, haben fortwährend festgestellt, dass die Unterhaltung ein fester und integraler Bestandteil des Programmauftrages der öffentlich-rechtlichen Sender ist. Der Medienstaatsvertrag zählt sowohl fiktionale wie non-fiktionale Programme zur Unterhaltung, d. h. Filme, Serien, Shows, Quizshows, Factual Entertainment und Comedy gehören alle unter den Unterhaltungsbegriff. Die Abgrenzungen sind dabei nicht eindeutig: würden „Der Schwarm“ oder „Charité“ als Serie gelten und damit in die Unterhaltung fallen

oder gelten sie als Kultur? Würde ein Oscar-prämierter Film wie „Im Westen Nichts Neues“ zur Unterhaltung gehören oder Kultur?

4. Unterhaltungsprogramme sind sinn- und identitätsstiftend für ein Land und ihre Gesellschaft. Sie bilden die Werte und Vielfalt der Gesellschaft ab, sie machen diese Werte zugänglich durch Emotionen, sie zeigen positive Vorstellungen einer Welt und wie Menschen gerne miteinander leben würden (Eskapismus) und scheuen nicht vor Darstellung von Konflikten und Problemen zurück, und zeigen darüber hinaus Lösungsansätze auf.
5. Auch Unterhaltungsprogramme vermitteln Kultur, Bildung, und politische Inhalte, wie z. B. „Die Heute Show“, „Charité“, „Bares für Rares“ oder „Kudamm“. Krimis, ob am Vorabend oder am Hauptabend, beschreiben oftmals sehr detailliert gesellschaftliche Themen und Probleme. Der Vorwurf der „Gehaltlosigkeit“ von Spielformen lässt sich sowohl durch Medienwirkungs- als auch inhaltsanalytische Studien eindeutig widerlegen.
6. Unterhaltungsprogramme sind zwar in ihren direkten Herstellungskosten oftmals höher als andere Programmangebote (wobei interessant wäre, die direkten und indirekten Kosten einer Nachrichten-Sendung mit denen eines Tatorts zu vergleichen). Sie stellen aber wiederum einen wirtschaftlichen Wert aufgrund ihrer Wiederholbarkeit und ihrer internationalen Exportfähigkeit dar. Sie sind wichtige Leuchttürme im Fernsehprogramm und bringen die für die Akzeptanz der gesamten publizistischen Angebote notwendige Publikumsreichweite.
7. Ein öffentlich-rechtlicher Sender platziert Unterhaltungssendungen oftmals vor seinen Informations- und Kulturangeboten an einem Sendeabend, um eine bessere Reichweite (Zuschauerzahl) und Akzeptanz dieser nachfolgenden Sendungen zu erreichen (der sogenannte „Audience Flow“).
8. Für die Großzahl fiktionaler Programme haben ARD und ZDF mittlerweile sogar ein Alleinstellungsmerkmal im Vergleich zu den privaten Anbietern. Weder RTL, VOX, SAT.1 oder ProSieben halten noch einen festen, regelmäßigen Sendeplatz für in Deutschland produzierte fiktionale Angebote in ihrem linearen Programm bereit. Deren fiktionale Angebote sind vor allem durch US-Importe bestimmt. In den Streaming-Angeboten der beiden privaten Sendegruppen finden sich einzelne fiktionale Projekte. Sie sind aber in der Stundenzahl nicht zu vergleichen mit der Verpflichtung von ARD und ZDF zur Produktion fiktionaler Stoffe.
9. Beispiele für Unterhaltungssendungen, die es nach dem Vorschlag der FDP Landtagsfraktion nicht mehr geben würde: „Heute Show“ (ZDF), „Der Schwarm“ (ZDF), „Mitternachtsspitzen“ (WDR/ARD), „Charité“ (ARD), „Kudamm“ (ZDF), „Die Carolin Kebekus Show“, „AktENZEICHEN XY“ (ZDF), „Klein gegen Groß“ (ARD) usw. usf. Wie würde es sich beispielsweise mit dem „Tatort“ verhalten? Kultur oder Unterhaltung?

Daher müssen Unterhaltungsangebote integraler Bestandteil des Programmauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bleiben – so wie es die Länder-Gesetzgeber und das Bundesverfassungsgericht immer bekräftigt haben. Öffentlich-rechtliche Sender müssen ein Vollprogramm in allen Genres anbieten, auch um im publizistischen Wettbewerb mit privatwirtschaftlichen Programmanbietern zu bestehen. Selbstverständlich müssen die Unterhaltungsangebote durch Qualität, Relevanz, Vielfalt, Reichweite und Zugänglichkeit für alle Alters- und Zielgruppen überzeugen.

3. Erwiderungen zu einzelnen Punkten des Antrages


1. Private Anbieter betrachten ihre Inhalte, beispielsweise im Bereich der Kultur, nicht „vorrangig“, sondern **ausschließlich** unter kommerziellen Gesichtspunkten.
2. Die vergleichende Darstellung der deutschen Rundfunkgebühren mit denen anderer Länder ist irreführend, weil sie die Gesamtfinanzierung dieser Sender außer Acht lässt und sich somit keine Aussagen zur Frage der Effizienz einzelner Rundfunksysteme ableiten lassen: So erzielt die BBC ihr Jahresbudget nur zu ca. 70% aus Rundfunkgebühren und zu 30% aus anderen Quellen, insbesondere aus der internationalen Vermarktung und Verwertung ihrer Programme. In Österreich wird das ORF-Budget nur zu ca. 60% aus den sogenannten Programmengelteln gestellt (die nicht den eingezogenen Rundfunkgebühren entsprechen, s. u.). Der Anteil an Werbeeinnahmen beim ORF liegt bei 21%, bei ARD und ZDF wiederum liegen die Anteile an Werbeeinnahmen vergleichsweise nur bei 6% und 9% des Gesamtbudgets. In Frankreich ist der Anteil an Werbeeinnahmen ungefähr doppelt so hoch wie bei der ARD, in Italien liegt der Anteil der Werbeeinnahmen bei 21%. Die angekündigte Verringerung der österreichischen Rundfunkgebühren betrifft vor allem die Bestandteile, die daraus bislang direkt in die Kulturförderung sowie direkt in Landes- und die Bundeskasse weitergeleitet worden sind. Eine direkte Finanzierung öffentlich-rechtlicher Sender durch öffentliche Haushalte wie in Frankreich sollte keine Lösung für Deutschland darstellen, um dem verfassungsrechtlichen Grundsatz der Staatsferne treu zu bleiben.
3. Ferner ist es nicht zutreffend, dass die britische Regierung die Rundfunkgebühren bis 2027 abschaffen wolle. Ende 2026 endet formell die laufende „Royal Charter“, die jede 10 Jahre neu vom Parlament verabschiedet werden muss. Die britische Regierung hat im Januar 2022 hingegen angekündigt, die zukünftige Finanzierung der BBC ab 2027 zu überprüfen. Das britische Oberhaus hat dazu bereits im Juli 2022 festgestellt, dass ein rein werbe- oder

subskriptionsgetriebenes Modell ebenso wenig in Frage käme wie ein staatlich finanziertes und empfiehlt die Einrichtung einer unabhängigen Institution zur Klärung einer zukünftigen Finanzierung. Die Debatte um die Zukunft der Finanzierung ist in Großbritannien in jedem Fall vor dem Hintergrund der innerparteilichen Auseinandersetzungen der Konservativen Partei zu verstehen.

4. Mit einer Privatisierung des ZDF würde es sich ähnlich verhalten. Der deutsche TV-Werbemarkt könnte einen weiteren werbefinanzierten Sender nicht unterstützen (und würde einen umkämpften und sinkenden Werbemarkt für RTL, P7Sat.1 und andere private Anbieter noch weiter belasten). Es käme zu einem Verdrängungswettbewerb innerhalb der privatwirtschaftlichen Sendelandschaft und würde bei allen Sendern zu erheblichen Budgetkürzungen führen. Auch ein Abo-Modell würde kein ausreichendes Finanzierungsmodell darstellen und unweigerlich zu einem signifikanten Qualitätsverlust des ZDF-Angebots führen, bzw. mittelfristig das Aus des Senders und Auftraggebers für eine vielfältige Produzentenlandschaft bedeuten. Das hätte erhebliche Auswirkungen auf die deutsche Kreativwirtschaft. Langfristig wären die großen US-Plattformen Nutznießer des Verdrängungswettbewerbs lokaler TV-Anbieter.
5. Die Privatisierung des ZDF würde einen Qualitäts- und Bedeutungsverlust für das deutsche Fernsehen generell bedeuten, direkte und indirekt abhängige Arbeitsplätze vernichten, Firmeninsolvenzen verursachen und letztlich der Demokratie selbst schaden, weil der publizistische Wettbewerb und die publizistische Vielfalt zweier öffentlich-rechtlicher Systeme aufgehoben würden.

Köln, 13. April 2023

Für den Vorstand des Film- und Medienverbandes NRW e. V.



Stefan Oelze



Iris Betray