

Neue Strategie für den Rundfunk

Sachverständige äußern sich zu Plänen der Landesregierung

30. Januar 2020 – Die Landesregierung hat ein Konzept zur Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks vorgelegt. In einer Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien und des Hauptausschusses äußerten sich Sachverständige zur Strategie „Radio in NRW 2022“ mit Plänen u. a. für die Werbezeiten des WDR-Hörfunks und einer zweiten landesweiten UKW-Kette.

Grundlage der Anhörung war der Entwurf der Landesregierung für das „Gesetz zur Zustimmung zum Dreiundzwanzigsten Rundfunkänderungsstaatsvertrag und zur Änderung weiterer Gesetze (18. Rundfunkänderungsgesetz)“ (17/8130). Ziel sei die Sicherung eines „vielfältigen zukunftsfähigen Hörfunks und eines wirtschaftlich tragfähigen Lokalfunks im digitalen Zeitalter“, so die Landesregierung in ihrem Entwurf.

Der Entwurf sieht vor, auf eine zunächst vorgesehene weitere Reduzierung der Werbe-

zeiten im WDR-Hörfunk zu verzichten. In der ersten Stufe war die maximal zulässige Hörfunkwerbung zum 1. Januar 2017 von 90 auf 75 Minuten (werktätlich im Jahresdurchschnitt) gekürzt worden. Werbung darf seitdem nur noch in zwei Programmen ausgestrahlt werden. In einer zweiten Stufe wäre Werbung von 2021 an nur noch im Umfang von 60 Minuten werktätlich im Monatsdurchschnitt und nur noch in einem Programm zulässig gewesen.

Geplant ist zudem, dass bei den lokalen Radiosendern der Beitrag des Bürgerfunks in den gesetzlich bestimmten lokalen Sendeanteil einbezogen wird. Es werden zudem Kriterien für die Vergabe von landesweiten terrestrischen Übertragungskapazitäten (zweite UKW-Kette) festgelegt. Die zweite UKW-Kette wird möglich, weil die britischen Streitkräfte ihre Frequenzen zurückgeben. Anbieter für die zweite Kette müssen mit ihrem Angebot u. a. zur Sicherung des lokalen Hörfunks beitragen.

Der Verband Lokaler Rundfunk sowie der Verband der Betriebsgesellschaften Nordrhein-Westfalen nannten die Kriterien für die Vergabe der neuen UKW-Frequenzen in einer gemeinsamen Stellungnahme „einen Schritt in die richtige Richtung“. Für den Verband der Betriebsgesellschaften sagte der Vorsitzende Uwe Peltzer in der Anhörung, auf diese Weise könne der Lokalfunk bei der Frequenzvergabe berücksichtigt werden. Die Verbände sprachen sich aber dafür aus, diese Zielsetzung stärker im Gesetz zu formulieren.

Die Anrechnung der Bürgerfunkzeiten auf die tägliche gesetzliche Mindestdauer des Programms sehen die Verbände skeptisch. „Bürgerfunk kann lokales Programm nicht ersetzen, und eine entsprechende Regelung lädt dazu ein, lokale Programme zugunsten von Bürgerfunk zu kürzen.“ Sie kritisierten ferner den geplanten Verzicht auf eine weitere Redu-

zierung der Werbezeiten im WDR-Hörfunk. Ziel der zweistufigen Reduzierung sei gewesen, „Leitplanken für fairen Wettbewerb im dualen System zu schaffen sowie den ausschließlich privat finanzierten lokalen Hörfunk wirtschaftlich zu stärken und in seiner Vielfalt zu erhalten“.

Der Deutsche Journalisten-Verband NRW sprach von einem „klaren Bekenntnis“ der Landesregierung zum Lokalfunk. Er kritisierte ebenfalls die geplante Anerkennung des Bürgerfunks als lokale Sendezeit. Eine solche Verkürzung würde zwar eine wirtschaftliche Entlastung der Sender bedeuten. Allerdings dürfe nicht an den lokalen Inhalten gespart werden. Sie seien „der Markenkern“ des lokalen Rundfunks.

„Schaden für den Werbemarkt“

Der WDR begrüßte den Verzicht auf eine weitere Reduzierung der Werbezeiten in seinen Rundfunkprogrammen. WDR-Justiziarin Eva-Maria Michel betonte, dass die erste Stufe der Reduzierung keine nennenswerten Effekte für den Lokalfunk gebracht habe und die zweite Stufe dies auch nicht erreichen werde. Vielmehr sei ein Schaden für den ganzen Hörfunk als Werbemarkt zu erwarten, beispielsweise, weil er unattraktiv werde für bundesweite Kampagnen. Nutznießer der Werbezeitenreduzierungen beim WDR sei nicht der Lokalfunk, sondern seien insbesondere Online-Medien, die ihren Sitz nicht in NRW hätten.

Der Vorsitzende des WDR-Rundfunkrates, Andreas Meyer-Lauber, verwies darauf, dass die Werbeeinnahmen den Rundfunkbeitrag dämpften. In der Stellungnahme des WDR heißt es dazu, die Einnahmen aus der Hörfunkwerbung stellten „eine wichtige Erlösquelle in der Mischfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ dar. Sie leisteten einen Beitrag „zur relativen Stabilität des Rundfunkbeitrags“.

Das Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster kommt zu dem Schluss, die Landesregierung habe überzeugend abgeleitet, dass „derzeit eine weitere Werbezeitenreduzierung“ im WDR-Hörfunk nicht geboten sei. Mit der Werbezeitenreduzierung habe der Lokalfunk geschützt werden sollen. Es habe die Annahme gegeben, dass Werbegelder vom WDR zum Lokalfunk umgeschichtet würden. Die erste Stufe der Reduzierung habe aber keine nennenswerten Auswirkungen auf den Privatfunk gehabt. *wib*

Mehr zum Thema lesen Sie auf den Seiten 10 und 11.