

# Optionen

## zur Sicherung des privaten Rundfunks

GASTKOMMENTAR VON Justus Haucap



### Der private Rundfunk in Deutschland geht keinen einfachen Zeiten entgegen.

Drei Trends erschweren die Finanzierung privaten Rundfunks zunehmend: Erstens hat die Intensität des Wettbewerbs um die Werbegelder zugenommen. Die Anzahl der Sendeunternehmen hat sich stetig erhöht, zugleich wird Werbung teilweise ins Internet verlagert, so dass die

Refinanzierung der Sendeunternehmen schwieriger wird. Auch trifft die Krise der Werbe- und der Medienwirtschaft den Privatrundfunk härter als den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dessen Gebührenaufkommen von der wirtschaftlichen Entwicklung weniger abhängig ist.

Zweitens nehmen Werberestriktionen tendenziell zu. Weitere Restriktionen werden diskutiert (1) bei Alkoholwerbung, (2) bei Lebensmittelwerbung (für salzige, fett- und zuckerhaltige Produkte), (3) bei energieintensiven Produkten sowie generell (4) ein erweiterter Kinder- und Jugendschutz. Auch dies macht die Refinanzierung der Sendeunternehmen tendenziell schwieriger.

Drittens erleichtern auch die Digitalisierung und damit verbundene Herausforderungen nicht zwangsläufig eine Refinanzierung des privaten Rundfunks. Zwar ergeben sich zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten und damit auch Erlösquellen, jedoch nimmt zugleich die Piraterie bei audiovisuellen Inhalten tendenziell zu. Zudem machen TV-Werbeblocker die Fernsehwerbung weniger attraktiv.

Die Finanzierung des Privatrundfunks wird daher in Zukunft eher noch schwieriger. Dies hat Implikationen für den publizistischen Wettbewerb und damit die Meinungsvielfalt. Um diesem Trend entgegen zu wirken und die Erlöse des Privatrundfunks zu stabilisieren, bestehen mindestens drei Optionen: Erstens könnten private Sender am Gebührenaufkommen



beteiligt werden, z.B. im Rahmen eines kompetitiven Fonds-Modells nach dem Vorbild der Filmförderung. Die Idee ist, dass jeder Sender sich in wettbewerblichen Verfahren mit Konzepten um eine Förderung bewirbt und förderungswürdige Inhalte produzieren und/oder ausstrahlen könnte. Die Folge wären minimale Wettbewerbsverzerrungen sowie vermutlich eine Qualitätssteigerung im gesamten Rundfunk, da sich die Konzepte im Wettbewerb durchsetzen müssen.

Die zweite Option ist ein weniger großer Wurf und besteht in einem Werbeverbot für öffentlich-rechtliche Sender nach dem Vorbild der BBC. Zudem ist eine gewisse Lockerung von Werberestriktionen, d.h. eine Liberalisierung, denkbar, um Wettbewerbsverzerrungen zwischen dem Internet und alternativen Distributionswegen zu reduzieren. Die Folge wäre zum einen eine deutliche Verbesserung der Refinanzierungsmöglichkeiten privater Sender, zum anderen würde sich auch der Fokus der öffentlich-rechtlichen Sender verschieben, da ohne Werbemöglichkeiten Einschaltquoten für die öffentlich-rechtlichen Sender etwas weniger zentral sein dürften.

Die dritte und kurzfristig am ehesten realisierbare Reformoption besteht in der Beteiligung der Sendeunternehmen an der pauschalen Leerträgervergütung (die bisher Hersteller von Aufzeichnungsmedien und Kopiergeräten wie CD-Rohlinge oder DVD-Rekorder zahlen, Anm. d. Redaktion) und der Ausweitung des so genannten »Kneipenrechts« (Vergütung für Übertragung von Rundfunksendungen im Rahmen von Public Viewing, Anm. d. Red.). Die Folge wäre eine kurzfristige Verbesserung der Refinanzierungsmöglichkeiten privater Sender, und damit auch der Anreize, Werke zu schaffen. ┘