

AktuellF.A.Z.-Blogs

Regionale Kindernachrichten sollen sich endlich lohnen!

17. März 2011, 13:35 Uhr

Am Nachmittag wird auf dem DLM-Symposium "Was soll der private Rundfunk für die Gesellschaft leisten?" in Berlin ein Gutachten vorgestellt, das von den Landesmedienanstalten in Auftrag gegeben wurde und sich mit einer "Nachjustierung" der existierenden Medienregulierung beschäftigt: "Anreizmodelle zur Förderung von privaten Public Value-Angeboten". Bitte lesen Sie trotzdem weiter (und bewundern das neue Logo rechts!), es wird noch spannender.

Denn das Gutachten, erstellt vom Hamburger Hans-Bredow-Institut, beschäftigt sich mit der Frage, ob es sich lohnt, statt immer neuer Verbote einfach mal Anreize für Privatsender zu schaffen, damit die "gesellschaftlich wünschenswerte Inhalte" zeigen: zum Beispiel Nachrichten, Sendungen für Kinder und regionale Angebote.

Oder, um's wissenschaftlicher zu formulieren:

"Ein stärker auf Anreize setzendes System kann dazu beitragen, dass private Rundfunkanbieter nicht ihre Leistungen in bestimmten Bereichen (etwa bei Informationsangeboten) reduzieren."

Zur Belohnung bekämen die Sender gewisse Vorteile gewährt: dass sie sicher in elektronischen Programmführern gefunden werden, Vergünstigungen in der Infrastruktur und gelockerte Vorgaben für Werbung. Letzteres ist besonders interessant – und der Ansatz ist auch nachvollziehbar: Nachrichten etwa sind für die Sender nicht nur relativ teuer herzustellen, sondern unterliegen auch noch Werberestriktionen. Deshalb sind sie – aus Sendersicht – zunächst einmal nicht besonders attraktiv. Mit einem Ausgleich an anderer Stelle wäre sozusagen eine "Quersubventionierung" möglich.

An diesem Punkt entwickelt die Studie einen erstaunlichen Vorschlag:

"Theoretisch können auch Senderfamilien programmübergreifend Adressat von Lasten und Privilegien sein. (...) Bei Werbeerleichterungen sind programmübergreifende Ansätze denkbar."

Das würde bedeuten: Wenn sich die Mediengruppe RTL Deutschland dazu entschlösse, lokale Nachrichten bei n-tv zu zeigen, sagen wir: sonntagmorgens um 8.30 Uhr, könnten der Gruppe dafür zusätzliche Werbefreiheiten im Abendprogramm von RTL gewährt werden? Dann wird in Köln wahrscheinlich schon unter Hochdruck am Aufbau von Lokalredaktionen für Castrop-Rauxel und Villingen-Schwennigen gearbeitet – denn es wäre eine Riesendummheit, sich dieses Geschäft entgehen zu lassen. Was kann RTL Besseres passieren: Es zeigt die "gesellschaftlich erwünschten", quotentechnisch aber schwierigen Inhalte in der Sparte und profitiert mit zusätzlicher Werbezeit in seinem Vollprogramm.

Aus der Perspektive der Zuschauer ist das weniger nachvollziehbar. Aber wer denkt schon an die Zuschauer?

Zum Thema

- "Stiftung Medientest"-Forderung: Wer will noch mal, wer hat noch nicht?
- Pupse im Weltraum: Das Relevanz-Verständnis des Pro-Sieben-Sat.1-Chefs

Wie gesagt: Zunächst einmal sind es nur Vorschläge, und das Anreizsystem an sich ist auch gar nicht übel. Die Studie wagt sich aber noch weiter vor: mit so genannten "Paketen", in denen Verpflichtungen und Vergütungen sozusagen bereits vorkonfektioniert sind. Vorgeschlagen werden unter anderem ein "Paket Informationsangebote in Nachrichten-Spartenprogrammen" und ein "Paket Kindersendungen", die "Werbeerleichterungen in anderen Programmteilen" beinhalten. Falls mit "Programmteilen" die übrigen Sender einer Gruppe gemeint sind, knallen in der Geschäftsführung von RTL gleich nochmal die Sektkorken – weil man dann bald für etwas belohnt werden könnte, dass man (mit n-tv und Super RTL) sowieso schon macht.

Pro Sieben Sat.1 wird sich hingegen schwarz ärgern: Im vergangenen Jahr hat Vorstand Thomas Ebeling N24 verkauft, und Neun Live als kindgerechtes Programm werten zu lassen, dürfte schwierig werden.

RTL-Geschäftsführerin Anke Schäferkordt warb bereits vor über einem Monat für ein neues "Anreizsystem". In Kenntnis des Gutachtens der Landesmedienanstalten ist das nicht mehr ganz so überraschend, weil ihrer Sendergruppe mit dieser Grundlage beim jetzigen Status Quo (und vorausgesetzt, die Vorschläge würden umgesetzt) nicht nur mit einer massiven Bevorteilung rechnen könnte, sondern auch die Konkurrenz in München ziemlich alt aussehen ließe.

Es sei denn, die castet heimlich, still und leise schon Moderatoren für die neuen regionalen Kindernachrichten bei Sat.1.