Pressemitteilung
18. März 2011

DLM-Symposium 2011: Public Value: Was soll der private Rundfunk für die Gesellschaft leisten?

Neue Impulse durch Anreize für Qualität im Privatfernsehen

TV-Veranstalter reagieren verhalten positiv und sind aufgeschlossen, über ein Leitbild für gesellschaftliche Verantwortung des Rundfunks zu diskutieren

Fernsehen bleibt auch in Zukunft gesellschaftspolitisches Leitmedium

Optionen für eine anreizorientierte Regulierung der Programmleistungen im Privatfernsehen standen im Mittelpunkt des DLM-Symposiums 2011 zum Thema „Public Value: Was kann der private Rundfunk für die Gesellschaft leisten?“ am 17. März in Berlin. Die vom Hans-Bredow-Institut im Rahmen des Symposiums präsentierte Studie zur „Regulierung durch Anreize“ im Auftrag der Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK) stieß bei den Verantwortlichen der beiden Sendergruppen RTL und ProSiebenSat.1 auf verhalten positive Resonanz.

Thomas Langheinrich, Beauftragter für Programm und Werbung der ZAK, erläuterte, dass man die Diskussion um eine gesellschaftspolitische Verantwortung bei den privaten Fernsehsendern seit zwei Jahren angestoßen habe. „Wenn man das dualen System stärken will, in dem insbesondere die großen reichweitenstarken privaten Sender die Verpflichtung haben, zur gesellschaftlichen Meinungsbildung und Wertentwicklung beizutragen, dann muss neu gedacht werden.“ Zurzeit aber fehlten den Medienanstalten ein gesetzlich fundiertes Pflichtenheft für die reichweitenstarken privaten Sender. Deshalb sei es wichtig, ein gemeinsames Grundverständnis über die Programmleistungen des Privatfernsehens im Informationsbereich mit den Verantwortlichen der Sender und der Medienpolitik zu erzielen. “Wir brauchen ein Leitbild für die gesellschaftlichen Aufgaben des privaten Rundfunks“, so Langheinrich.

Zwar sind die Vertreter des privaten Rundfunks – wie die abschließende Diskussion auf dem DLM-Symposium zeigte – durchaus an Anreizen für die Produktion von qualitativen Informationsprogrammen interessiert. Gleichzeitig befürchten sowohl Anke Schäferkordt, Geschäftführerin Mediengruppe RTL Deutschland und RTL Television, wie auch Andreas Bartl, Mitglied Vorstand ProSiebenSat.1 Media, Geschäftsführer ProSiebenSat.1 TV Deutschland, dass es auf diese Weise zu noch mehr rundfunkrechtlichen Regulierungen kommen könne, die sie gegenüber den öffentlich-rechtlichen Veranstaltern wie gegenüber den neuen Konkurrenten in der konvergenten digitalen Medienwelt weiter benachteiligen würden.

"Reguliert sind wir definitiv genug“, sagte Schäferkordt. Die Politik müsse in einem ersten Schritt solche Rahmenbedingungen schaffen, dass die privaten Sender die gesellschaftliche Verantwortung, der sie mit ihren Programmen nachkommen, auch in Zukunft im Wettbewerb mit neuen Online-Konkurrenten wahrnehmen könnten. Für Online-Anbieter gebe es keine Regulierungen wie durch den Rundfunkstaatsvertrag. Das Anreizmodell sei für die Fernsehsender der richtige Schritt den Pflichten der Veranstalter entsprechende Anreize entgegenzusetzen. „In einer sehr regulierten Fernsehwelt“, so Schäferkordt, „bieten wir schon heute eine enorme Bandbreite an Informationsformaten in der Mediengruppe RTL Deutschland: Neben dem umfangreichen Nachrichtenangebot bei RTL und dem sehr hohen Dokumentationsanteil in der VOX Primetime leisten wir uns mit n-tv einen eigenen Informationskanal“, der wirtschaftlich „sogar noch in der Verlustzone“ liege. Wenn man über die Informationsqualität der Programme spreche, dürfe man „nicht nur über den Anteil der Nachrichten“ diskutieren. Schäferkordt forderte, dass „die Schieflage“ beseitigt werden müsse,

die es bei der regulativen Behandlung verschiedener Mediengattungen in der digitalen Welt gebe. Und das gehe nicht durch mehr Auflagen, sondern es brauche neue Denkansätze in der Regulierung, wie z. B. das Anreizmodell. „Wir leisten einen gesellschaftlichen Beitrag und nehmen Verantwortung wahr“, sagte Schäferkordt. Es müsse in der konvergenten Medienwelt vermieden werden, dass durch zusätzliche Regulierungen, „der Gute zum Dummen werde“.

Ähnlich argumentierte Andreas Bartl. Die grundsätzliche Idee, Anreize für Qualitätsprogramme bei den privaten Sendern zu bieten, sei „interessant genug“, um sie zu diskutieren, „mehr Regulierung steht bei uns aber nicht auf dem Zettel“. Durchaus begrüßte Bartl die Idee, ein Leitbild für die gesellschaftliche Verantwortung des Rundfunks aufzustellen und zu diskutieren. Dabei müsse man aber auch den Informationsbegriff klären. Im Rundfunkstaatsvertrag würde Information nicht nur allein durch Nachrichten definiert, sondern vielmehr wesentlich weiter ausgelegt. Bartl bemängelte wie Schäferkordt, dass zurzeit beim hybriden Fernsehen, wo Fernsehen und Internet verschmolzen werden, verschiedene Rahmenbedingungen aufeinander stoßen: Anbieter, „die reguliert werden, und die anderen nicht“.

Auch die Vertreter der Programme VOX, RTL 2, Sat.1und ProSieben hoben im Rahmen des Symposiums ihre Programmleistung hervor: „Wir sind schon gut unterwegs im Wettbewerb mit der Tagesschau und senden jeden Tag regionale Informationen“, so Peter Limbourg, Vice President Nachrichten und politische Informationen, ProSiebenSat.1 Media. Jürgen Ohls, Chefredakteur RTL 2, wies darauf hin, dass die Nachrichten von RTL 2 ein ergänzendes Angebot für Jugendliche seien. Frank Hoffmann wies auf den hohen und erfolgreichen Dokumentationsanteil im Programm von VOX hin. „Wir wollen die bestehende Regulierung nicht abschaffen, aber die Ungerechtigkeiten im Verhältnis zu Online-Anbietern sollten ausgeglichen werden.

Dr. Johannes Beermann, Staatsminister und Chef der Staatskanzlei des Freistaats Sachsen, stellte fest, dass „die Politik nicht unzufrieden mit einzelnen Sendern“ sei. „Unsere Aufgabe ist, dass das in einer sich wandelnden Medienwelt das duale Rundfunksystem nicht aus dem Gleichgewicht kommt“. Auch Marc Jan Eumann, Vorsitzender der Medienkommission beim SPD-Parteivorstand, zeigte sich nicht unzufrieden gegenüber der aktuellen Leistung der privaten Fernsehsender: „Jeder bekommt bei einem anderen Sender Informatives und Spezielles“. Er sei bereit, darüber zu diskutieren, was ein erfahrener Sender wie RTL auch in Zukunft braucht, um erfolgreich sein zu können. Im Zuge der Etablierung eines neuen Gebührenmodells für die öffentlich-rechtlichen Sender, könne man gegebenenfalls einen Kassensturz machen. Da könne man dann auch vorsehen, dass die Öffentlich-Rechtlichen aus der Werbung aussteigen und weitere Schritte planen, um die bestehende Rundfunkordnung im Dualen System auch für die Zukunft „in Ordnung zu halten“.

Anteil der politischen Nachrichten im Privatfernsehen weiterhin gering – nachhaltige Lösungen für TV-Programmqualität gesucht

Die Analyse zur Veränderung des Angebots von Informationsprogrammen hat ergeben, dass der Zeitumfang der Nachrichtensendungen in den Vollprogrammen der privaten Fernsehsender in Deutschland in den vergangenen 12 Jahren sukzessive zurückgegangen ist. Er liegt bezogen auf die politischen Beiträge in den Hauptnachrichtensendungen im Durchschnitt bei 4 Minuten am Tag, die Bandbreite liegt dabei zwischen 2 Minuten (RTL 2) und 7 Minuten (RTL). Der Informationsanteil insgesamt am Programm ist deutlich höher, beinhaltet aber überwiegend Zerstreuungs- sowie Angstthemen mit eher unterhaltendem Charakter. Dies sind die Ergebnisse der Göfak Medienforschung, die im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten für den jährlich vorgelegten Programmbericht ermittelt wurden.

DLM-Vorsitzender Thomas Fuchs hatte zuvor in seiner Begrüßungsrede das Ziel der Medienanstalten betont, „nachhaltige Lösungen für die TV-Programmqualität insbesondere hinsichtlich Nachrichten und Informationen zu erhalten und zu verbessern“. Deshalb, so Fuchs, haben „wir Medienanstalten uns der von einigen privaten Anbietern in die Diskussion gebrachten Anreizregulierung geöffnet“.

Gesellschaftspolitisch ist insbesondere problematisch, dass die Nachrichtensendungen in den einzelnen Altersgruppen sehr unterschiedlich genutzt werden. Jüngere Zuschauer in der Altersgruppe bis 49 Jahre bevorzugen, wie der Geschäftsführer von GG Media, Gerhard Graf, darlegte, generell Privatfernsehen. Dabei stoßen sie allerdings – wie aus der Erhebung der Göfak Medienforschung hervorgeht – auf immer geringere politische- und Sachinformationen, während die öffentlich-rechtlichen Sender die jüngeren Nutzer nur noch zu einem geringen Anteil mit ihren Nachrichtenangeboten erreichen.

Dabei ist die Bedeutung des Fernsehens für die Informations- und Meinungsbildung nach wie vor sehr groß wie Prof. Dr. Susanne Fengler, Professorin für Internationalen Journalismus am Institut für Journalistik an der Technischen Universität Dortmund, belegte. Trotz der immer stärkeren Bedeutung des Internets bleibe Fernsehen immer noch wichtigstes „informierendes“ Medium. Zudem sei Fernsehen das „einzige schichtenübergreifende Medium“. Während insgesamt nur 4,3 Prozent der Internet-Nutzung auf „News & Information“ entfalle, rufen 41 Prozent der 14-29jährigen täglich aktuelle Nachrichten online ab, wie aus der Langzeitstudie Massenkommunikation hervor gehe. In der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre würden nur 14 Prozent Fernsehen als „informativ“ wahrnehmen und die Rolle von TV als Leitmedium schwinden. Allerdings würden Jugendliche das Internet „nicht als glaubwürdig“ einstufen. Diese Rolle würden sie eher den Zeitungen zuschreiben, deren Homepages sie mehr als die Älteren aufsuchten.

Eine „offene Frage“ sei heute, so Ross Biggam, Direktor der Association of Commercial Television in Europe, mit welchen politischen Regulierungen und Anreizen für private Fernsehsender in Europa man gegen die neuen mächtigen außereuropäischen Wettbewerber, die nicht dem Fernsehen angehören – wie Apple, Google, Facebook und anderen – nationale medienpolitische Traditionen aufrecht erhalten könne. Eine Diskussion über Public Value im Privatfernsehen und welche Modelle und Instrumente es zu ihrer Förderung gebe, werde nicht nur in Deutschland, sondern auch in Großbritannien und Skandinavien geführt. Sie könne sachgerecht aber nur unter Einbeziehung der öffentlich-rechtlichen Sender geführt werden.

Systemübergreifende Bewertung der Programmleistungen notwendig

In der Diskussionsrunde zu den Anforderungen aus Politik und Gesellschaft unter Moderation von Hans-Jürgen Jakobs, Leiter der Wirtschaftsredaktion der Süddeutschen Zeitung, waren sich die Teilnehmer darin einig, dass eine systemübergreifende Bewertung der Programmleistung im Fernsehen notwendig sei. Der Kulturjournalist Dr. Alexander Kissler kritisierte nicht nur generell die Programme des Privatfernsehens, sondern übte auch massive Kritik an ARD und ZDF, die ihren öffentlich-rechtlichen Programmauftrag nur noch unzureichend erfüllten und mittlerweile gerne nach dem Beispiel der privaten Sender auf Quotenjagd gingen. Zwar sei die Qualität bei ARD/ ZDF nicht schlecht, „aber ganz schön teuer“. Kissler prognostiziert, Fernsehen werde als Bewegtbild-Anbieter seine Funktion als Leitmedium auch in Zukunft nicht verlieren. Es werde allerdings über viele verschiedene neue Transportwege, wie im Internet, wahrgenommen. Trumpf für die Zukunft des Fernsehens sei „die regionale und jugendaffine Berichterstattung“.

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), forderte in diesem Zusammenhang die Medienpolitik auf, Fehlentwicklungen bei den Programmleistungen von ARD und ZDF entgegenzusteuern. Es könne auch nicht außer Acht gelassen werden, dass nur noch etwa 2 Prozent der Jugendlichen im Alter von 14 bis 29 Jahren im Jahr 2010 im Durchschnitt die Hauptnachrichten-Sendungen von ARD oder ZDF nutzen. Darüber hinaus sollte auch über finanzielle Anreizmodelle für private Programme nachgedacht werden, die einen besonderen Beitrag zur Grundversorgung liefern, wie beispielsweise das lokale Fernsehen, das wichtig, aber auch teuer sei.

Die besondere Rolle der öffentlich-rechtlichen Sender, so forderte Ring, müsse genauer definiert werden und Grenzen für ihre Expansion festgelegt werden. Davon hänge ab, „was wir von die Privaten erwarten können“: „Wo genau geht das Geld für Gebühren hin?“, fragte Ring. Nach aktuellen Meldungen wolle die ARD 54 Millionen Euro für Boxrechte ausgeben, das ZDF wolle Sat.1 die Champion League für 85 Millionen abjagen. Auch Tabea Rößner, MdB, Medienpolitische Sprecherin der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, regt an, genauer zu definieren, „was Information ist und in welcher Länge und wie breit sie bei den Privaten

stattfinden“ solle. Wenn die Privaten so viele Jugendliche erreichen, so Rößner, müssten sie auch Verantwortung übernehmen, wie sie diese Jugendlichen mit gesellschaftspolitisch-relevanten mit Informationen beliefern können.

Laut Thomas Jarzombek, MdB, CDU/CSU-Fraktion, ziehen die öffentlich-rechtlichen Sender „als Qualitätsanker das Gesamtniveau nach oben“. Die Tagesschau werde „von Parlamentariern gerne gesehen“. Gleichzeitig sei sie aber sprachlich und im Präsentationsstil nicht attraktiv für Jugendliche. Es sei schwierig, Informationsqualität gesetzlich zu definieren. Jarzombek bemängelte das System der Rundfunkräte als Aufsichtsgremien der ARD-Anstalten, weil sie keine Distanz zu den Sendern hätten, da sie sich als ihre Vertreter verstehen würden.

Hintergrund:

Auf dem DLM-Symposium 2011, das am 17. März in Berlin stattfand, wurde der Frage nachgegangen, inwieweit Auftrag und Leistung des privaten Fernsehens in Deutschland in Hinblick auf gesellschaftspolitisch-relevante Informationen und Werte neu reguliert werden sollten und könnten, - insbesondere um mit Nachrichten auch Jugendliche zu erreichen.

Im ersten Teil des Symposiums analysierten verschiedene wissenschaftlichen Experten die Veränderung des Angebots der Nutzung von Informationen bei den privaten Sendern, zum Teil auch im Vergleich mit den öffentlich-rechtlichen Programmen und Online-Medien. Zudem wurden die Ergebnisse des von der Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK) in Auftrag gegebenen Gutachtens des Hans-Bredow-Instituts für Medienforschung zum Thema „Regulierung durch Anreize“ vorgestellt. Ziel der Studie ist es, Beispiele für potentielle Anreize bzw. Regulierungsinstrumente in Deutschland auf Basis des geltenden Rechts in Deutschland und Europa zu generieren, um qualitativ hochwertige Programme als einen Beitrag zur öffentlichen und privaten Meinungsbildung auch auf Seiten der privaten TV-Sender wirtschaftlich zu ermöglichen und durchzusetzen.

Die Ergebnisse der Studie des Hans-Bredow-Instituts zu „Regulierung durch Anreize“ wurden bereits gestern in unserer Pressemitteilung „Anreize in Kombination mit konkreten rechtlichen Vorgaben können Qualität im Privatfernsehen steigern“ mitgeteilt.

Das DLM Symposium 2011 wurde inhaltlich vorbereitet und organisiert von der Medientage München GmbH.

Kontakt bei Medienrückfragen:

Johannes Kors
Telefon 089 – 63 808 310

Dr. Friederike Grothe
Telefon: 040 – 46 96 65-82
E-Mail: presse@die–medienanstalten.de
Die Medienanstalten im Internet: www.die-medienanstalten.de