



Antrag

der Abgeordneten **Markus Rinderspacher, Martina Fehlner, Dr. Christoph Rabenstein, Annette Karl, Inge Aures, Helga Schmitt-Bussinger, Natascha Kohnen, Klaus Adelt, Isabell Zacharias, Bernhard Roos, Andreas Lotte SPD**

Sicherung regionaler Werbemärkte für regionale Medien

Der Landtag wolle beschließen:

Die Staatsregierung wird aufgefordert, zur Sicherung der Informations- und Pressevielfalt in lokalen und regionalen Medienmärkten in den Verhandlungen zum nächsten Rundfunkänderungsstaatsvertrag auf Regelungen hinzuwirken, die dafür sorgen,

- dass die technischen Möglichkeiten nationaler Rundfunkanbieter, Fernseh- und Hörfunkwerbung regional zu diversifizieren, nicht dazu genutzt werden dürfen, regionalen und lokalen Medien den Werbemarkt abzugraben,
- dass redaktionelles Programm und Werbung als eine untrennbare Einheit aufzufassen sind und an Berichts- und Verbreitungsgebiet eines Mediums gekoppelt werden: national, regional und lokal,
- dass regional verbreitete Werbung in reichweitenstarken national verbreiteten Programmen rundfunkrechtlich unzulässig ist.

Begründung:

Private regionale und lokale Rundfunkveranstalter sollen sich weitgehend über Werbung refinanzieren können. Das ist auch im regionalen und lokalen Bereich relevant für das Funktionieren des dualen Rundfunksystems und der Freien Presse. Der offene Zugang zu den lokalen und regionalen Werbemärkten ist deshalb die Voraussetzung für regionale Programm- und Medienvielfalt. Dies gilt auch für die Printmedien, deren Insertionserlöse nach wie vor wirtschaftlich existenziell sind.

Seit Jahren verfolgt der Medienkonzern ProSieben/Sat1 mit Lizenzanträgen bei Landesmedienanstalten und vor Verwaltungsgerichten Pläne, Werbung in seinen landesweiten TV-Programmen in digitalen Kabelnetzen regional auseinander schalten zu können, um an den regionalen Werbemärkten zu partizipieren. Nach dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 17. Dezember 2014 (BVerwG 6 C 32.13) verstößt es nicht gegen Bestimmungen des Rundfunkrechts, wenn im Rahmen eines bundesweiten Fernsehprogramms Werbespots mit regional beschränktem Verbreitungsgebiet gesendet werden. Tatsächlich sieht das gültige Rundfunk- und Medienrecht den Einbruch nationaler TV-Anbieter in die Werbemärkte der regionalen Veranstalter nicht vor. Es schützt aber auch nicht davor.

Einer Studie der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) zufolge müssen sowohl die Printmedien als auch die lokalen und regionalen Hörfunk- und TV-Anbieter in Bayern deutliche Erlöseinbußen befürchten, wenn Medienkonzerne in nationalen Programmen regionalisierte Werbung platzieren dürfen. Vor allem Regionalzeitungen in Bayern würden in ihren angestammten Werbemärkten einem ruinösen Wettbewerb ausgesetzt. Der Erhalt einer lebensfähigen bayernweiten TV-Senderstruktur mit lokalem und regionalem Berichterstattungsauftrag (Betrantes Programm nach Art. 23. BMG) würde gefährdet. Informations-, Medien- und Meinungsvielfalt werden beeinträchtigt, wenn sich lokale und regionale Berichterstattung durch lokale und regionale Medien immer weniger refinanzieren lässt.

Im Interesse der Zeitungsleser, Zuhörer und Zuschauer an vielfältiger Berichterstattung darf die Landespolitik nicht zulassen, dass die Finanzierungsgrundlage regionaler Medien beschnitten wird. Deshalb müssen die Regelungen im Rundfunkstaatsvertrag diesbezüglich präzisiert werden.