Beitragszahlergruppen. Der von der KEF im Berichtsentwurf für die gesamte vierjährige Beitragsperiode festgestellte Überschuss beträgt zwar 526 Mio. Euro, also jährlich rund 131 Mio. Euro. Demgegenüber sind die Erträge aus dem Rundfunkbeitrag für betriebliche Kfz aber mit jährlich rund 305 Mio. Euro zu veranschlagen, so dass ein Ausfall nicht kompensiert werden könnte. Dies gilt erst recht für die Abschaffung von Werbung und Sponsoring. Der insoweit in der Beitragsperiode prognostizierte Ertrag von rund 1,190 Mrd. Euro müsste bei vollständiger Abschaffung dieser Einnahmequelle mit monatlich zusätzlich 1,23 Euro ausgeglichen werden. Die von der KEF errechnete Chance der weiteren Beitragssenkung ist also gut begründet. Damit werden sowohl die Bürgerinnen und Bürger als auch die Betriebe ein wenig entlastet und zugleich lassen sich

„Die duale Rundfunkordnung lässt sich erfolgreich gestalten, wenn die Länder diese wichtige Kompetenz weiter einvernehmlich ausüben."

die vielfältigen inhaltlichen Angebote der Rundfunkanstalten angemessen finanzieren. Verfassungskonforme Gründe, von der aktuellen KEF-Empfehlung abzuweichen, sind nicht ersichtlich. In dieser Situation Ertragsausfälle bei den Werbeeinnahmen der ARD von jährlich bis zu 123 Mio. Euro herbeizuführen, wie aktuell durch ein einzelnes Land verursacht, mag dem Interesse der dort ansässigen privaten Medienanbieter entgegenkommen.
Es ist aber nicht einzusehen, dass sich dieser Schritt, der der zitierten Beschlusslage aller Ministerpräsidenten widerspricht, nun bundesweit zu Lasten aller Beitragszahlerinnen und Beitragszahler negativ auswirken soll, indem die ansonsten mögliche Senkung des Rundfunkbeitrags ausfällt. Die duale Rundfunkordnung lässt sich erfolgreich gestalten, wenn die Länder diese wichtige Kompetenz weiter einvernehmlich ausüben. Sachsen-Anhalt wird sich dafür auch zukünftig einsetzen. ■

WDR und NRW gehen gestärkt in die Zukunft

Neues WDR-Gesetz stärkt das duale Rundfunksystem in NRW

Dr. Marc Jan Eumann
Geboren: 1966
1985 - 1991 Studium der Geschichte und des Völkerrechts
1990 - 1992 Referent im Büro des OB der Stadt Köln
1993 Referatsleiter im Ministerium für Arbeit, NRW
1995 - 2010 Abgeordneter des NRW-Landtages
Seit 2006 Vorsitzender der SPD-Netz- und Medienkommission
Seit 2010 Staatssekretär für Medien in NRW

Von Dr. Marc Jan Eumann (SPD), Staatssekretär für Europa und Medien in NRW

Am 27. Januar 2016 hat der nordrhein-westfälische Landtag das neue WDR-Gesetz verabschiedet. Schaut man auf die öffentliche Debatte, könnte man fast den Eindruck gewinnen, der Landtag habe die Vorgaben für die Hörfunkwerbung verändert und im Übrigen alles beim Alten belassen. Richtig ist: Mit einem umfassenden Änderungspaket wird der WDR für die digitale Zukunft gestärkt. Und dabei haben wir die gesamte Medienlandschaft Nordrhein-Westfalens im Blick.

Wir haben es uns nicht leicht gemacht. Als die nordrhein-westfälische Landesregierung daran ging, das WDR-Gesetz zu reformieren, zogen wir uns nicht ins stille Kämmerlein zurück. Wir führten zahlreiche Gespräche, natürlich auch mit dem WDR. Überdies fragten wir die Bürgerinnen und Bürger nach ihrer Meinung. Über 400 registrierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer nahmen an unserer Online-Konsultation teil und gaben über 1.200 Kommentare ab. Das belegt, welch großes Interesse die Menschen in NRW an ihrem öffentlich-rechtlichen Sender haben.
Bereits im Herbst 2015 habe ich mich an dieser Stelle zur Reform des WDR-Gesetzes geäußert und schon damals galt: Ziel der nordrhein-westfälischen Medienpolitik ist es, allen Akteuren am Medienstandort NRW einen Platz in der digitalisierten Welt unter fairen Bedingungen zu sichern, dem WDR als öffentlich-rechtlichem Sender eine starke Position zu erhalten und auch dem privaten Rundfunk Entwicklungsmöglichkeiten zu geben. „Zusammengenommen ist das schwierig, aber machbar", lautete mein Fazit vor einem halben Jahr. Heute sage ich, dass unser Landtag nach intensiven Debatten ein Gesetz verabschiedet hat, das nicht nur für den WDR gut ist, sondern für die gesamte Medienlandschaft in NRW – vor allem für die Nutzerinnen und Nutzer.

Allen Akteuren faire Bedingungen sichern

Die zentralen Neuerungen des Gesetzes lassen sich in sechs Punkte fassen:
Erstens wird der Programmauftrag des WDR mit Blick auf seine Angebote im Internet geschärft. Wie bereits im Rundfunkstaatsvertrag geschehen, wird in § 3 der klassische Begriff des Programmauftrags um den zeitgemäßen Begriff der Angebote ergänzt. Das sichert dem WDR im Internet wichtige Gestaltungsspielräume.
Zweitens stärkt das Gesetz den WDR, weil es die Aufgabenteilung zwischen Rund-

funkrat und Verwaltungsrat justiert, die Fachkunde im Verwaltungsrat erhöht und insgesamt für mehr Transparenz und bessere Kontrolle sorgt. Der Rundfunkrat tagt in Zukunft öffentlich. Der Verwaltungsrat wird zu einem fachlich professionalisierten Gremium und kann künftig mehr Verantwortung und Aufsichtsaufgaben in Rechts- und Finanzfragen übernehmen. Auch dem Rundfunkrat wachsen neue Aufgaben zu – etwa, wenn es um seine Zustimmung beim Erwerb von Programmbeiträgen durch Tochterunternehmen geht.

Drittens stärkt das Gesetz den WDR, weil es für mehr Staatsferne sorgt. Der Anteil der staatlichen Akteure im Rundfunkrat sinkt von bisher knapp 31 auf etwa 22 Prozent. Dies geht deutlich weiter als die vom Bundesverfassungsgericht geforderten 33 Prozent. Neue gesellschaftliche Kräfte erhalten die Chance, einen Platz im Rundfunkrat einzunehmen und dort der Gesellschaft in ihrer ganzen Vielfalt Gehör zu verschaffen.

Viertens profitiert der WDR davon, dass das neue Gesetz einen klaren Rahmen für die Zusammenarbeit mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und privaten Anbietern setzt. Solche Kooperationen können die Qualität der Berichterstattung und des Programms verbessern. Zugleich dürfen sie aber nicht zu Verzerrungen des Wettbewerbs führen oder gar die Meinungsvielfalt verengen. Deshalb ist es gut, dass der WDR sich künftig Richtlinien für die Zusammenarbeit mit Dritten gibt.

Fünftens schützt das Gesetz den WDR zukünftig vor umstrittenen Programmbeschaffungen der Tochtergesellschaften, indem es solche Beschaffungen ab einer bestimmten Höhe ebenfalls der Gremienkontrolle unterwirft. Mit Blick auf Unternehmen, an denen der WDR beteiligt ist, gab es in dieser Hinsicht bisher eine Kontrolllücke. Diese Lücke ist jetzt beseitigt. Dass eine entsprechende gesetzliche Regelung notwendig war, zeigt unter anderem die Causa Gottschalk, der die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) im Entwurf ihres aktuellen Berichts unter dem Gesichtspunkt von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ein besonderes Augenmerk gewidmet hat.

Sechsten hat der Landtag beschlossen, in einer Schrittfolge ab 2017 die Hörfunkwerbung im WDR zu verringern. Dabei hat er sich am sogenannten „NDR-Modell“ orientiert. Dies wird nachhaltig dazu beitragen, das Profil des WDR als öffentlich-rechtlichen Sender zu stärken. Derzeit beträgt die Werbezeit im WDR-Hörfunk jahresdurchschnittlich maximal 90 Minuten pro Tag. Ab dem 1. Januar 2017 sinkt die Minutenzahl auf maximal 75 Minuten. Dabei darf die Werbung in bis zu zwei statt drei Hörfunkprogrammen platziert werden. Ab dem 1. Januar 2019 sinkt die Minutenzahl auf maximal 60 Minuten pro Tag im Monatsdurchschnitt. Zudem wird es nur noch ein Hörfunkprogramm mit Werbung geben. Der WDR hat mit diesem Stufenmodell ausreichend Zeit, sich auf diese Veränderungen einzustellen. Die Hörerinnen und Hörer werden es ihrem Sender danken, wenn er zukünftig weniger Werbung ausstrahlt, denn weniger Werbung heißt mehr redaktionell gestaltetes Programm.

Ausstieg aus der Werbung ist seit langem in der Diskussion

Zudem kommt diese Regelung keineswegs überraschend. Der schrittweise Ausstieg aus der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist seit langer Zeit in der politischen Diskussion. Die Debatten im Ausschuss für Kultur und Medien sowie im Plenum des Landtags von Nordrhein-Westfalen zeigten, dass alle Fraktionen eine Reduzierung der WDR-Hörfunkwerbung befürworten. Die Fraktion der FDP hatte einen Änderungsantrag vorgelegt, der auf ein Komplettverbot von WDR-Hörfunkwerbung abzielte.

Die CDU-Fraktion legte zwar keinen eigenen Änderungsantrag vor, kündigte aber an, ihre Position zur Werbefreiheit in ihr Wahlprogramm 2017 aufzunehmen. Anders ausgedrückt: Die Fraktionen von CDU, FDP und Piraten wollten bzw. wollen weiter gehen als die Fraktionen von SPD und Bündnis 90/Die Grünen. Insofern ist es folgerichtig, dass FDP, CDU und Piraten den Antrag von SPD und Grünen zur Werbereduzierung nicht abgelehnt haben. Sie haben sich enthalten und behalten sich eigenen Aussagen zufolge vor, das Thema zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufzugreifen.

Die Medienlandschaft insgesamt in den Blick nehmen

Vorwürfe an den nordrhein-westfälischen Landtag, er schädige mit dieser Regelung einseitig den WDR, zielen ins Leere. Sie verkennen, dass der Gesetzgeber die Medienlandschaft insgesamt in den Blick nehmen muss. Genau das haben die Abgeordneten nach sorgfältiger Abwägung getan. NRW hat eine besonders vielfältige Radiolandschaft. Auf der einen Seite einen erfolgreichen WDR mit 1LIVE, WDR 2, 3, 4 und 5 sowie Funkhaus Europa. Auf der anderen Seite den werbefinanzierten privaten Rundfunk mit 45 Lokalradios, 45 Veranstaltergemeinschaften, Betriebsgesellschaften und dem Rahmenprogrammveranstalter radio NRW. Diese duale Hörfunk-Landschaft ist in ihrer gesamten publizistischen Vielfalt einzigartig und ein Garant für viele wertvolle journalistische und weitere Arbeitsplätze. Diese Errungenschaften gilt es zu sichern. Das funktioniert aber auf Dauer nur, wenn öffentlich-rechtlicher und privatwirtschaftlicher Rundfunk im Lot sind. Durch die Werbezeitreduzierung im WDR-Gesetz hat der privatwirtschaftliche Hörfunk in NRW die Chance, seine Einnahmen zu steigern und seine wirtschaftliche Basis zu stärken. Und nicht zu vergessen: Auch der WDR profitiert finanziell vom Erfolg der NRW Lokalradios, er hält 24,90 Prozent an radio NRW.

Die Einnahmeausfälle müssen kompensiert werden

Im Übrigen ist die Begrenzung der Radiowerbung von 90 auf 60 Minuten täglich einfach ein weiterer Schritt in Richtung Werbefreiheit. Dies haben ARD, ZDF und das Deutschlandradio im Grundsatz selbst vorgeschlagen, als sie das Gutachten des ehemaligen Verfassungsrichters Professor Kirchhof zur Reform der Rundfunkgebühr vorgelegt haben. Kirchhof hat festgestellt: „Die Notwendigkeit des Rundfunkbeitrags wäre für jedermann ersichtlich, weil er sich mit dem erneuerten Rundfunkbeitrag u.a. die Werbefreiheit dieses Programms erkauft.“ Dem ist nichts hinzuzufügen. Weniger Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk schärft sein Profil und steigert seine Akzeptanz bei den Bürgerinnen und Bürgern.

Dabei war es stets Linie der Landesregierung, im Konzert der Länder zu einem schrittweisen Ausstieg aus Werbung und Sponsoring zu kommen und die Einnahmeausfälle über das System des Rundfunkbeitrags zu kompensieren. Das gilt unverändert. Das Thema bleibt auf der Agenda. Es ist dafür Sorge zu tragen, dass Einnahmeausfälle kompensiert werden. Das gilt natürlich auch für die Einnahmeverluste, die dem WDR durch das neue WDR-Gesetz entstehen.

In der Summe haben der öffentlich-rechtliche und der private Rundfunk mit dem neuen WDR-Gesetz gute Chancen, im Wettbewerb um die Nutzerinnen und Nutzer ihre Profile zu schärfen. Man kann es auch so ausdrücken: Das neue WDR-Gesetz ist wie eine Straße, bei der wir die Schlaglöcher beseitigt und die Markierungen erneuert haben, so dass jetzt wieder alle schnell und sicher ans Ziel kommen. ■