

>> Chef der Medienanstalten fordert, Rundfunkbeitrag auch für private Medien zu nutzen

„Privates Fernsehen hat einen öffentlichen Auftrag“

Interview mit Dr. Jürgen Brautmeier, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten und Direktor der LfM NRW

In einem promedia-Gespräch hat sich Dr. Jürgen Brautmeier, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten dafür ausgesprochen, Rundfunkgebühren auch für andere Medien zu nutzen: Der private Rundfunk erfüllt nach Auffassung Brautmeiers heute einen Grundversorgungsauftrag. „Genauso wie dies im Übrigen die vielen lokalen und regionalen Fernsehsender in Deutschland tun. Es wäre also durchaus angezeigt, nicht nur über Auflagen für reichweitenstarke Private nachzudenken, sondern auch für eine Öffnung der Gebühren für ein breiteres Angebotsspektrum. Dies muss in jedem Fall für jede neue Mediengattung wie z.B. das Internet gelten.“ Nach 30 Jahren, so Brautmeier, müsse man die Existenzberechtigung des privaten Fernsehens nicht mehr diskutieren.



>> Dr. Jürgen Brautmeier

Geboren: 15. Juli 1954
Studium der Geschichte und Anglistik
In den 1990er Jahren in Mittel- und Osteuropa
Berater bei der Rundfunkgesetzgebung und
Lehraufträge an verschiedenen Universitäten
Leitung der Bereiche Recht, Technik, Aufsicht
und Förderung in der LfM
Seit 1999 der Stellvertreter des Direktors
Seit 2010 Direktor der LfM
Vorsitzender der Europäischen Plattform der
Regulierungsbehörden (EPRA)

promedia: Herr Brautmeier, seit 30 Jahren gibt es privates Fernsehen. Inwieweit haben Medien- und Meinungsvielfalt davon profitiert?

Brautmeier: In Deutschland haben wir mehr als 420 frei empfangbare private TV-Sender. Das Fernsehen ist anerkanntes Leitmedium mit einem Programmniveau, das – von wenigen Ausnahmen auf der nach unten offenen Geschmacksskala abgesehen – qualitativ sehr hoch ist. Diese Grundaussage basiert auf einer Entwicklung, die vom privaten Fernsehen mit dynamisiert wurde, und von deren Konkurrenz aber auch das öffentlich-

rechtliche Fernsehen profitiert hat. Die Medienvielfalt ist zudem durch eine gebietsmäßige Aufteilung ungewöhnlich hoch: Privates Fernsehen ist kein Medium der Ballungsräume, sondern existiert praktisch auf allen Ebenen: bundesweit, landesweit, regional und lokal. Sehr unterschiedliche Voll- und Spartenprogramme, Regional-, Ballungsraum- und Lokal-TV; neue Veranstalter, wenig Medienkonzentration wenigstens beim privaten Fernsehen; neue Formate, die auch Impulse für die Entwicklung insgesamt gesetzt haben, zeichnen das Fernsehen aus: „Raab“, dessen Politiksendungen auch für junge

Zuschauer, sonst eher TV-scheue Wesen, interessant sind; „Ran“, das Impulse für die Sportschau gesetzt hat. Das sind nur zwei Einzelbeispiele, die für eine große Entwicklung stehen. Hinzu kommt eine „Durchlässigkeit“ etwa bei Personalfragen, die für eine Art Befruchtung des gesamten Systems gesorgt hat. Moderatoren wechseln vom öffentlich-rechtlichen zum privaten TV und umgekehrt, zuletzt ist die Personalie Limbourg zu nennen, der nun der Deutschen Welle vorsteht. Ich meine auch, dass durch die Konkurrenzlage beider Säulen der politische Einfluss beim öffentlich-rechtlichen System geringer wurde – trotz der aktuell geführten Gremiendebatte beim ZDF.

promedia: Wo liegt der gesellschaftliche Wert des privaten Fernsehens?

Brautmeier: Zunächst darin, dass es eine Alternative zum öffentlich-rechtlichen Pendant ist. Der gegenseitige Wettbewerb hat dazu geführt, dass neue Formate erfunden oder erworben werden – hier ist das Privat-TV oftmals kreativer und vor allem schneller. Neue Werbeformen sind zu nennen, die in eine deutliche Stärkung der Medienwirtschaft insgesamt münden. Arbeitsplätze nicht nur in der Produktion, sondern auch im Kreativbereich sind entstanden. Wenn ich

von Düsseldorf aus nach Hürth bei Köln blicke, dann sehe ich Studiokomplexe, die state of the art sind, und die ohne die Entwicklung des privaten Fernsehens undenkbar wären. Ich meine übrigens auch, dass der gesellschaftliche Wert, nach dem Sie fragen, zuweilen unterbewertet wird: Sendungen wie das „RTL-Nachtjournal“ oder Formate wie „Spiegel-TV“ müssten meiner Meinung nach öffentlich viel besser bewertet werden. Sie und andere Formate zeigen, dass privates Fernsehen eben auch bei harter politischer Publizistik vorn ist. Sie bringen mehr Auswahl für den Bürger, was - demokratiethoretisch erwünscht - dazu führt, dass TV-Nutzer auch mündige Bürger sind.

promedia: Hat auch das private Fernsehen einen Auftrag?

Brautmeier: Auch privates Fernsehen hat einen öffentlichen Auftrag, das hatte schon das Bundesverfassungsgericht 1986 festgestellt, zu einer Zeit also, zu der gerade einmal die ersten privaten Radios im Südwesten Deutschlands gestartet waren. Betrachtet man die Medienlandschaft heute, muss man feststellen, dass privates Fernsehen einen festen Platz in der Medienwelt gefunden hat. Insbesondere bei jungen und jüngsten Zuschauern haben sie sogar fast eine Alleinstellung. Sie decken hier also Facetten ab, die der gebührenfinanzierte Rundfunk nicht erreicht. Damit erfüllen Sie in meinen Augen einen Grundversorgungsauftrag. Genauso wie dies im Übrigen die vielen lokalen und regionalen Fernsehsender in Deutschland tun. Es wäre also durchaus angezeigt, nicht nur über Auflagen für reichweitenstarke Private nachzudenken, sondern auch für eine Öffnung der Gebühren für ein breiteres Angebotspektrum. Dies muss in jedem Fall für jede neue Mediengattung wie z.B. das Internet gelten.

promedia: Ist es noch zeitgemäß, die Existenzberechtigung des privaten Rundfunks aus der Existenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks abzuleiten?

Brautmeier: Zeitgemäß? Ich glaube nicht, dass man die Existenzberechtigung des privaten Rundfunks jetzt noch groß

diskutieren muss. Das haben wir vor 30 Jahren getan. Ziel war damals, Mitte bis Ende der achtziger Jahre, das Entstehen und die Entwicklung einer breiten Rundfunklandschaft. Das ist gelungen. Fernsehen hat als Leitmedium immer noch eine ungeheure Bedeutung, auch wenn diese unter dem Druck des Internet und vor allem aufgrund veränderter Nutzungsweisen speziell jüngerer Menschen „ausfranst“. Durch TV-Mediatheken, neue Video-on-demand-Angebote, mobile Nutzungen werden die Inhalte des Fernsehens über neue Verbreitungswege verbreitet.

promedia: Die Politik wollte private Sender, die einen Public Value bieten, privilegieren. Gegenwärtig ist davon keine Rede mehr. Halten Sie eine solche „Belohnung“ noch für erforderlich oder hat die Vielfalt der Distributionswege das überflüssig gemacht?

Brautmeier: Das Thema ist nicht mehr so im Fokus des Gesetzgebers wie noch vor zwei Jahren. Als Medienaufsicht halten wir eine Anreizregulierung nach wie vor für sinnvoll. Ich empfinde eine solche proaktive Regulierung des Gebens und Nehmens für sehr zeitgemäß. Deshalb führen wir mit den Veranstaltern auch weiterhin Gespräche hierzu. Grundsätzlich meine ich nach wie vor, dass die Anreizregulierung ein wichtiger Schritt sein kann zu einer konvergenten und zukunftsweisenden Regulierung.

promedia: Ist angesichts der Entwicklung des Medienangebotes eine Regulierung des privaten Fernsehens noch erforderlich?

Brautmeier: Die zahlenmäßig erstaunliche Entwicklung des privaten Fernsehens hat gerade auch in der Regulierung eine ihrer wichtigen Ursachen. Wenn die Ansicht richtig ist, dass vor allem das Fernsehen als Leitmedium viel beiträgt zur Meinungsbildung, dann sollte unsere Gesellschaft ein großes Interesse daran haben, dass das Fernsehen weiterhin zeitgemäß, d.h. modern reguliert wird. Es bedarf auch weiterhin einer Regulierung in Bezug auf die Gewährleistung journalistischer Grundsätze, der Werberechtlichen Trennungs- und Kennzeichnungsge-

bote und des Jugendmedienschutzes. Zusätzlich sehe ich die Notwendigkeit für eine Regulierung bei den konvergenten Entwicklungen im Fernsehen und des Internets im Bereich des Zugangs zu Plattformen und bei der Navigation. Eine Regulierung kann aber nur für das System insgesamt funktionieren und muss deshalb auch beim öffentlich-rechtlichen Part gelten. Hier sehe ich aber nach wie vor Ungerechtigkeiten zu Lasten der Privaten. Ich meine, wir müssten endlich, nach Jahren der Debatten, zu einer konsistenten Regulierung aus einem Guss kommen, die für beide Teile des dualen Systems sich als erstes Themen wie Jugendschutz und Werbung annimmt. Regulierung ist also für mich auch ein gesamtgesellschaftliches Statement, das besagt, bestimmte Standards sind nötig!

promedia: Im Internet existiert keine inhaltliche Kontrolle. Youtube unterliegt nur einer Art Selbstkontrolle. Wann wird das lineare Fernsehen gleich behandelt?

Brautmeier: Die Frage geht von falschen Annahmen aus. Denn natürlich gibt es im Internet Regeln, und es gibt Kontrolle. Denken Sie an Themen wie Jugendschutz. Denken Sie an die Impressumspflicht. Was es leider noch nicht gibt, was wir aber brauchen, ist eine einheitliche Aufsicht für Telemedien. Das macht uns schwächer als wir sind und gehört als Problem gelöst; von der Medienpolitik, die hier aus der Kleinstaaterei raus muss und zu einem länderübergreifenden System kommen muss. Nur so können wir mit Youtube, Google und anderen in etwa auf Augenhöhe reden. Wir sollten uns hier nicht kleiner machen als wir sind: Deutschland ist immerhin in Europa der attraktivste Inhabermarkt. Zurück zum Jugendschutz, den es seit zehn Jahren schon für Telemedien gibt: In Nordrhein-Westfalen allein bearbeitet die Landesanstalt für Medien (LfM) pro Jahr rund 100 Fälle. Das Allermeiste, was wir beanstanden, verschwindet sofort aus dem Netz – zum Nutzen der Gesellschaft insgesamt. Und Private TV-Anbieter haben grundsätzlich ein Interesse an einer Gleichbehandlung. Das müssen wir einfordern. Vergleichbare Medienange-

bote müssen meiner Meinung nach auch vergleichbaren Standards unterliegen.

promedia: Das private Fernsehen kommt unter Druck anderer digitaler Medien, die ebenfalls Bewegtbild anbieten. Wie müssten gleiche Wettbewerbsbedingungen aussehen?

Brautmeier: Als Einstieg schlagen die Medienanstalten seit langem vor, die Themen Werbung und eben Jugendschutz einheitlich zu regulieren. Im Bereich der Werberegulierung fordern die Medienanstalten schon seit geraumer Zeit, bestimmte quantitative Werbezeitbeschränkungen im Fernsbereich abzuschaffen und dadurch eine Angleichung an die audiovisuellen Angebote im Internet herbeizuführen. Das Gebot der Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten gilt schon heute im Rundfunk, im Print- und Internetbereich gleichermaßen und sollte für alle drei Bereiche gleichermaßen eingehalten werden. Im Verhältnis Rundfunk zum Internet bedarf es hier, wie eben erwähnt, nur einheitlicher Aufsichtsstrukturen. Die Frage ruft aber daneben andere weitreichende Aspekte auf, z.B. das komplett veränderte Nutzungsverhalten, das vor allem zu Lasten des klassischen Fernsehens geht, egal ob privat oder öffentlich-rechtlich. Zuerst geht es bei der Konkurrenz zwischen TV und anderer digitaler Medien um eine Konkurrenz der Inhalte, die über Wohl und Wehe entscheiden. Ohne spannende Inhalte, ohne handwerkliche Topstandards fliegt jedes Medium aus der Kurve beim Wettbewerb mit besser gerüsteten Konkurrenten. Die Grundregulierung muss vergleichbar sein, damit der Markt gleiche Chancen bieten kann. Das hatte ich eben schon angesprochen. Gleiche Regeln zum Jugendschutz oder bei der Werbung zählen hier. Aber entscheidend wird sein, dass das Fernsehen Inhalte so aufbereitet und präsentiert, so dass sich Vorteile überhaupt erst ergeben. Hier entsteht großer Druck. Gegen das sog. Binge Viewing, also das „Hintereinander Weggucken“ von Serienepisoden auf DVD kann das konventionelle TV kaum an. Es muss sich aber Gedanken machen, was dies künftig für die eigene Programmplanung heißt. Das klassische Fernsehen muss vielleicht

auch bei Themen und Geschichten noch aufmerksamer sein. Warum hat kein TV-Sender das Potential der Serie „House of Cards“ erkannt, die jetzt von Netflix gemacht wird? Warum haben - bleiben wir bei diesem Beispiel - alle TV-Veranstalter auf der Produktion eines kostspieligen Piloten bestanden? Nur Netflix hat hier schnell und unkompliziert reagiert. Kevin Spacey, der die Hauptrolle in House of Cards spielt, hat übrigens völlig Recht, wenn er an die Adresse der TV-Macher sagt: Gebt den Leuten die Geschichten, die sie sehen wollen, und wann sie sie sehen wollen! Aber das ist leichter gesagt als getan; das sehe ich auch.

promedia: Benötigt das private Fernsehen einen besonderen Schutz, um sich behaupten zu können?

Brautmeier: Nein, es braucht keinen besonderen Schutz. Das wäre im Übrigen auch nicht vereinbar mit dem Wesen eines privaten Anbieters, der den Wettbewerb kennt und ihn annimmt. Aber man muss differenzieren: TV-Veranstalter brauchen, wenn sie linear senden, Mediatheken, um wenigstens einen Teil des neuen Nutzungsverhaltens kompensieren zu können. Vor diesem Hintergrund verstehe ich zum Beispiel nicht, warum entsprechende Bestrebungen der privaten wie der öffentlichen-rechtlichen Sender, eine Online-Video-Plattform zu etablieren, vor dem Bundeskartellamt gescheitert sind. Ebenso frage ich mich, warum ARD und ZDF immer noch denken, man brauche für ein neues Jugendprogramm ein lineares Schema. Der Medienjournalist Peer Schader hat Recht, wenn er meint, es sei ein Irrtum, ein lineares Programm jenen Menschen anzubieten, die vor allem im Netz unterwegs sind. Ein Bereich, in dem Rundfunk Schutz braucht, ist der Zugang zur Ressource Frequenz. Fernsehen über DVB-T hat seit Jahren eine stabile und große Anhängerschaft. Es gibt darüber hinaus Pläne, diesen attraktiven Übertragungsweg zu modernisieren. Diese Planungen brauchen jedoch Zeit. Da macht es aus meiner Sicht gar keinen Sinn, wenn hier jetzt von Seiten des Mobilfunks Druck ausgebaut wird.

promedia: Die Medienanstalten

fordern, dass gesellschaftlich relevante Inhalte - also auch Inhalte von privaten Sendern - aufgefunden werden müssen. Warum sehen sie hier angesichts diverser Suchmaschinen ein Problem?

Brautmeier: Uns geht es primär um elektronische Programmführer und Portale in Smart TVs. Es geht also primär um Auffindbarkeit von Fernsehangeboten auf dem klassischen Fernseher, nicht in den einschlägigen Internet-Suchmaschinen. Aus unserer Sicht sind diese weiter das Bottleneck für die Inhalte, die zum Zuschauer kommen möchten und umgekehrt für dessen Auswahl der Programme. Insoweit erscheint es uns wichtig, die Möglichkeit zu haben, hier einzuschreiten, wenn Missstände auftreten.

promedia: Wie kann man diese Auffindbarkeit sicherstellen?

Brautmeier: Indem man Regelungen zur Auffindbarkeit generell definiert. Diese haben wir zwar bereits, sie beschränken sich aber auf elektronische Programmführer, die von Kabelnetzbetreibern in den Markt gebracht werden. Das ist aus unserer Sicht angesichts der zunehmenden Zahl von Smart-TV-Geräten nicht mehr zeitgemäß.

promedia: Werden wir zum 40. Geburtstag des privaten Fernsehens in Deutschland noch die klassische Senderstruktur finden oder werden Inhalte nur noch per VoD verbreitet?

Brautmeier: Ich glaube, beides wird noch auf längere Sicht Bedeutung haben. Aber klar scheint mir, dass Video on Demand deutlich stärker wird. Zugleich wird es immer Ereignisse geben, die man nur Live schauen wird. Denken Sie an Sportereignisse, bei denen man unmittelbar dabei sein will. Aber wer etwa das meiner Ansicht nach von der Öffentlichkeit völlig überhype Interview Gabriel vs. Slomka verpasst hatte, ist auf Mediatheken angewiesen, um mitreden zu können. Ich persönlich jedenfalls freue mich auf die Aussicht, weitere spannende Serien sehen zu können in den nächsten Jahren. Hoffentlich ist bald eine deutsche Produktion darunter. (HH)