



Hauptausschuß

32. Sitzung (öffentlicher Teil)*

22. Januar 1998

Düsseldorf - Haus des Landtags

10.30 Uhr bis 14.40 Uhr

Vorsitz: Klaus Matthiesen (SPD)

Stenograph: Otto Schrader

Verhandlungspunkte:

- 1 **Neuntes Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den "Westdeutschen Rundfunk Köln" und des Rundfunkgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen (Neuntes Rundfunkänderungsgesetz)**

Gesetzentwurf der Landesregierung
Drucksache 12/2531

Der Ausschuß führt zu dem obengenannten Gesetzentwurf eine öffentliche Anhörung durch; Beschlüsse werden nicht gefaßt.

* nichtöffentlicher Teil siehe APr 12/787

Angehört wurden:

Dr. Udo Becker Verband der Betriebsgesellschaften Zuschrift 12/1690	ab Seite 1
Guido Schulenberg Chefredaktion Radio FiV	ab Seite 4
Bettina Lenzian	ab Seite 5
Hartmut Gläsmann radio NRW GmbH	ab Seite 7
Achim Rohnke Westdeutsche Rundfunkwerbung GmbH	ab Seite 10
Wolfgang Hahn-Cremer Vorsitzender des Ausschusses für lokalen Rundfunk der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Zuschrift 12/1696	ab Seite 13
Johannes Kors Bayerische Landeszentrale für neue Medien Zuschrift 12/1698	ab Seite 16
Thomas Pintzke Geschäftsführer der Rinke Treuhand GmbH	ab Seite 19
Rainer Hesels Deutscher Gewerkschaftsbund, Landesbezirk Nordrhein-Westfalen	ab Seite 22
Dr. Dieter Hoff Westdeutscher Rundfunk Köln Zuschriften 12/1681, 12/1682	ab Seite 25
Prof. Dr. Ulrich Pätzold Deutscher Journalisten-Verband e. V., Landesverband Nordrhein-Westfalen	ab Seite 25
Klaus Eberz Verband Lokaler Rundfunk Zuschrift 12/1697	ab Seite 27
Ulrich Zucht Landesverband Bürgerfunk Nordrhein-Westfalen	ab Seite 28

Dr. Norbert Schneider

ab Seite 39

Direktor der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen

Zuschrift 12/1696

2 Zukunftorientierte Technik für Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen stärken

Antrag

der Fraktion der CDU

Drucksache 12/2406

Der Ausschuß führt zu dem obengenannten Antrag eine öffentliche Anhörung durch; Beschlüsse werden nicht gefaßt.

Angehört wurden:

Dr. Gerhard Rödding

ab Seite 47

Erster stellvertretender Direktor der Landesanstalt für Rundfunk

Nordrhein-Westfalen

Zuschrift 12/1696

Dr. Dieter Hoff

ab Seite 49

Westdeutscher Rundfunk Köln

Zuschriften 12/1681, 12/1682

Dr. Udo Becker

ab Seite 51

Verband der Betriebsgesellschaften

Zuschrift 12/1690

Die der Tagesordnung E 12/978 und E 12/989 zu entnehmenden Punkte 3 bis 5 werden in nichtöffentlicher Sitzung behandelt; siehe dazu das Ausschußprotokoll 12/787.

1 Neuntes Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den "Westdeutschen Rundfunk Köln" und des Rundfunkgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen (Neuntes Rundfunkänderungsgesetz)

Gesetzentwurf der Landesregierung
Drucksache 12/2531

Anhörung von Sachverständigen

Dr. Udo Becker (Verband der Betriebsgesellschaften): Herr Vorsitzender! Meine sehr geehrten Damen und Herren! Ich freue mich über das Privileg, heute als erster zu Ihnen sprechen zu dürfen. Zur wirtschaftlichen Situation des Lokalfunks will ich Ihnen Fakten nennen, die für die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen maßgeblich sind, in denen wir momentan Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen veranstalten.

Im achten Jahr des Lokalfunks hat dieser Ende 1997 einen Anlaufverlust von über 105 Millionen DM erwirtschaftet; dies sind 50 % mehr als ein Jahr zuvor. Ende 1996 lag der Anlaufverlust noch bei 70 Millionen DM. Die Tendenz ist weiter steigend.

Grund hierfür ist zum einen der Rückgang bei den finanziellen Ausschüttungen von radio NRW, dem Mantelprogrammanbieter. Diese finanziellen Ausschüttungen sind eine Finanzierungssäule des Lokalfunks. Dieser Rückgang ist seit 1995 zu beobachten. Wir hatten 1995 Ausschüttungen von knapp 48 Millionen DM, sind dann bis 1997 auf 26 Millionen DM heruntergegangen, was fast die Hälfte ist, und werden im Jahre 1998 voraussichtlich nur noch 20 Millionen DM beim Mantelprogrammanbieter durch die Vermarktung der nationalen Werbung erwirtschaften. Das heißt, wir liegen Ende dieses Jahres voraussichtlich bei einem prozentualen Betrag von nur noch 42 % derjenigen Ausschüttungen, die wir 1995 verzeichnen konnten.

Zweiter Schwerpunkt für den wirtschaftlichen Niedergang des Lokalfunks sind die im vergangenen Jahr ganz stark zu verzeichnenden Einbußen bei der lokalen Werbung. Hier hatten wir im Durchschnitt einen Rückgang von 20 %, bei einzelnen Lokalradios in der Spitze auch von 29 %. Für 1998 müssen wir nach einer neuesten internen Umfrage damit rechnen, daß 39 von 46 Radiostationen in diesem Land Verluste erwirtschaften werden. Betroffen von dieser Entwicklung sind mehr als tausend Arbeitsplätze im Lokalfunk.

Die Gründe für diese Entwicklung sind oft genannt worden. Ein wichtiger Punkt ist der Rückgang der Hörerreichweite. Wir hatten im Jahr 1995 noch 980 000 Hörer und sind bis zum Sommer 1997 auf 766 000 Hörer abgesunken. Wie sich das Ganze 1998 entwickeln wird, ist ungewiß. Aus den Zahlen ergibt sich, daß wir in den letzten drei Jahren einen Rückgang bei der Hörerreichweite von rund einem Viertel hinnehmen mußten. Auch dies hat Auswirkungen.

Ein maßgeblicher Grund für den Hörerverlust ist die inzwischen in weiten Teilen vollzogene Formatierung der WDR-Hörfunkprogramme. Insbesondere spreche ich damit die Programme WDR Eins live und WDR 2 an. Ich will keine Werbung für den WDR machen, aber wir alle wissen, daß es WDR Eins live geschafft hat, in kürzester Zeit zum erfolgreichsten Jugendradioprogramm Europas zu werden.

Es gab und gibt natürlich auch hausgemachte Probleme, die mit dem System zusammenhängen. Dieses System ist, wie wir alle wissen, nicht einfach. Wir haben im vergangenen Jahr auch versucht, unsere eigenen Hausarbeiten zu machen, haben zwei Programmreformen - bei der zweiten kann man vielleicht nicht von "Reform", sondern nur von programmlichen Schritten reden - durchgesetzt; die zweite Reform wird zum 1. April dieses Jahres umgesetzt. Wir haben im Marketingbereich vieles unternommen, insbesondere eine Reihe von Marketingkampagnen durchgeführt, die zeitungsgestützt beworben wurden, und zwar - ich sage das ausdrücklich - zu subventionierten Preisen, also nicht zu Marktpreisen. Wir haben diese Anzeigen nicht zu den 1 : 1-Konditionen geschaltet, wie ein normaler Werbetreibender sie schalten müßte.

Es gibt aber - das muß man fraglos anerkennen - auch eine konjunkturelle Schwäche in der Werbewirtschaft. Das Anzeigenaufkommen bei der überregionalen Werbung, also bei der Markenwerbung, ist auch bei den Tageszeitungen im Jahre 1997 um 4,1 % zurückgegangen. Das hat sicherlich auch Folgen. Entscheidend dürfte aber sein, daß sich der Verlust der Hörerreichweite beim Lokalfunk jetzt endgültig auch bei der Ertragskraft der Lokalstationen voll zeigt und durchschlägt. Daß diese Entwicklung irgendwann nicht mehr aufzuhalten war, war sicherlich jedem klar und wird jetzt offenbar.

In dieser Situation kommt die Novellierung des Landesrundfunkgesetzes. Es gab im vergangenen Jahr schon eine Anhörung, es gab einen Entschließungsantrag der Regierungsfraktionen im Juni. Aus dieser Auseinandersetzung hervorgegangen ist der Gesetzentwurf der Landesregierung, der heute hier zur Beratung vorliegt.

Bevor ich mich noch kurz mit den Einzelheiten des Gesetzentwurfs auseinandersetze, will ich einen Satz aus dem 6. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts zitieren. Dieses hat zum nordrhein-westfälischen Zwei-Säulen-Modell im Jahre 1991 Stellung genommen und den Satz formuliert: "Sollte sich im Laufe der Zeit erweisen, daß lokaler Rundfunk unter den gegebenen rechtlichen Bedingungen nicht funktionieren oder aufrechterhalten werden kann, so wäre der Gesetzgeber insoweit zu einer Nachbesserung des Landesrundfunkgesetzes verpflichtet." Dieser Zustand ist augenblicklich erreicht. Die aktuelle wirtschaftliche Lage, wie sie sich seit 1995 entwickelt hat, stellt die Funktionalität des Modells nachhaltig in Frage und begründet die Pflicht des Gesetzgebers zur Nachbesserung des Landesrundfunkgesetzes.

Gefragt sind aus unserer Sicht gesetzliche Rahmenbedingungen, die die Zukunft des Lokalfunks sicherstellen. Der Gesetzentwurf der Landesregierung wird dieser verfassungsrechtlichen Vorgabe aus unserer Sicht in eingeschränkter Form gerecht.

Ich komme nun zu den einzelnen Punkten:

Da ist zum einen der geänderte § 24 Abs. 2 Satz 2. Er betrifft die Absenkung der täglichen lokalen Sendezeit auf fünf Stunden wochentags und drei Stunden an Wochenenden und Feiertagen. Dies bringt aus unserer Sicht eine Möglichkeit zur Kosteneinsparung, ohne daß damit zwangsläufig eine Beschädigung des lokalen Programmprofils verbunden sein muß; denn Qualität ist nicht gleich Quantität. Mit dieser Formulierung ist ohne Zweifel ein Schritt in die richtige Richtung getan.

§ 25 Abs. 4 Satz 1 der Novelle sieht eine Deckung von Aufwendungen und Erträgen bei der Aufstellung von Stellen- und Wirtschaftsplänen durch die Veranstaltergemeinschaft vor. In

der Begründung der Regierungsvorlage findet sich darüber hinaus eine Formulierung, die davon spricht, daß Vorlaufverluste des Lokalfunks künftig abbaubar sein müssen. Auch diese Regelung ist aus unserer Sicht fraglos positiv zu bewerten, da sie der BG-Verantwortung für die kaufmännische Seite des Radios entspricht und einen Rahmen schafft, in dem die Betriebsgesellschaft auf die Wirtschaftlichkeit des Lokalfunks Einfluß nehmen kann. Die publizistische Verantwortung der Veranstaltergemeinschaften bleibt durch diese Formulierung - und soll es auch aus unserer Sicht bleiben - unangetastet. Der Kern des Zwei-Säulen-Modells bleibt ebenfalls unangetastet.

Ich komme zu § 25 Abs. 4 Satz 6. Diese Vorschrift betrifft die Vorlagepflichten der Betriebsgesellschaften bei der Aufstellung von Wirtschafts- und Stellenplänen. Gemeint sind hier die Aushändigung von Jahresabschlüssen und die Vereinbarungen von Betriebsgesellschaften mit Dritten. Nun ist der Einblick in Jahresabschlüsse bei der Aufstellung von Stellen- und Wirtschaftsplänen ohnehin bereits gängige Praxis in den Stationen. Deshalb halten wir die Regelung im eigentlichen Sinne für entbehrlich. Allerdings wird man auch sagen müssen, daß im Vergleich zu den Vorstellungen des Entschließungsantrags aus dem Juni vergangenen Jahres die Formulierung des Regierungsentwurfs eine Formulierung mit Augenmaß ist. Solange sie dem Zweck dient, Stellen- und Wirtschaftspläne aufzustellen, wird sie aus unserer Sicht auch nicht beanstandet.

§ 24 Abs. 4 sieht die Regelungen zum Bürgerfunk vor. Er beinhaltet eine Festlegung der Mindestsendezeit und eine Regelung zum Ausstrahlungszeitpunkt. Der Wortlaut der Bestimmung ist aus unserer Sicht sehr unklar. Was ist schon ein Programmschema für redaktionelle lokale Wortbeiträge? Im Gesetz jedenfalls findet sich keine Definition dieser Begrifflichkeit. Dies gibt sicherlich zu Diskussionen Anlaß. Man sollte überlegen, ob man das, wenn man es denn will, verbessert. Zumindest bleibt dann offen, was das eigentlich heißt, wenn man im Umfeld dieses Programmschemas Bürgerfunk zur Ausstrahlung bringen will. Das Modell insgesamt muß dann damit rechnen, daß der Bürgerfunk nach dieser Formulierung am Samstag um 12 Uhr auf Sendung gehen kann. Das kann es nicht sein. Wir sind dann wieder in der Situation, daß wir weitere Hörerreichweitenverluste beklagen müssen, und das wollen wir nicht. Das ist also ohne Frage eine Verschlechterung des augenblicklichen Zustands.

Im übrigen beschränkt diese Regelung die Programmfreiheit der Veranstaltergemeinschaften und die Wettbewerbsfähigkeit des Lokalradios in der Auseinandersetzung mit dem Westdeutschen Rundfunk. In den Programmen des WDR gibt es den Bürgerfunk bekanntlich nicht, und letzterer ist, wie wir alle wissen, zur Grundversorgung verpflichtet.

Last but not least bleiben wir dabei: Das Format des Lokalradios ist mit dem Format des Bürgerfunks, das es ja gar nicht gibt, nicht vereinbar. Wir halten diese Formulierung deshalb insgesamt verfassungsrechtlich für bedenklich. Es ist allemal sinnvoller, den Bürgerfunk, wenn man ihn denn will, auf eine feste Sendeschiene zu legen und diese dann für die Abendstunden vorzusehen.

Ich komme zu § 30 Abs. 1 Satz 3 der Novelle. Hier wird radio NRW als Rahmenprogramm-anbieter verpflichtet, jeder Veranstaltergemeinschaft sein Programm zu gleichen Bedingungen anzubieten. Auch diese Bestimmung ist aus unserer Sicht kritisch zu bewerten, da sie einen Kontrahierungszwang für radio NRW vorsieht und damit in die Programmhoheit des Mantel-

programmanbieters eingreift und diesen in seiner unternehmerischen Betätigungsfreiheit fraglos beeinträchtigt.

Schließlich § 66 a: Er betrifft die Sender- und Leitungskosten. Es geht hier um eine Ausgleichsleistung für finanzschwache Stationen, die hohe Sender- und Leitungskosten zu tragen haben. Wir denken, das ist nicht der richtige Weg, sondern eine unzulässige Sonderabgabe, die verfassungsrechtlich wenig Sinn macht. Im übrigen ist das Zwei-Säulen-Modell nicht, wie dort zum Ausdruck kommend, ein Solidarmodell im eigentlichen Sinn, sondern jede Station muß auch ihre eigenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Auge behalten und dafür Sorge tragen, daß alles funktioniert.

Ich komme zum Ergebnis: Zustimmung und Ablehnung zum Gesetzentwurf halten sich die Waage. Ich möchte noch darauf hinweisen, daß wir in der kommenden Woche ein Gutachten zu dem Gesetz vorlegen, das in einer Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt wird. Dieses Gutachten befaßt sich auch mit den verfassungsrechtlichen Implikationen.

Es gibt noch Nachbesserungsbedarf in dem Gesetzentwurf. Es gibt fraglos aber auch sehr positive Ansätze. Der heftige Streit, den wir im Moment führen, hängt mit der Novelle, vor allem aber auch mit der schwierigen wirtschaftlichen Lage zusammen, in der wir uns befinden. Die Lage ist für alle schwierig und nicht nur, wie manche meinen, für die Lokalradios der Westfunk; zu diesem Punkt gab es bis zuletzt auch immer wieder Diskussionen. Die WAZ trägt nur 13 von 46 Betriebsgesellschaften. Es bleiben weitere Stationen, die mehrheitlich auch wirtschaftliche Verluste beklagen müssen. Für die Gesamtheit des Radios gilt weiter: Trotz aktueller Lage will niemand das Zwei-Säulen-Modell zerstören. Aber eine realistische Reform muß möglich sein, um zu verhindern, daß möglicherweise schon bald erste Radios vor dem wirtschaftlichen Aus stehen. - Vielen Dank.

Guido Schulenberg (Chefredaktion Radio FIV): Herr Vorsitzender! Meine Damen und Herren! Die Frage der Reduzierung von Programmstunden vor allem am Wochenende und an Feiertagen halte ich angesichts der Wirtschafts- und Stellenpläne und der Etatverhandlungen für eine sinnvolle Regelung. Soweit ich das in Erfahrung bringen konnte, mußten viele Chefredaktionen damit rechnen, in diesem Jahr weniger Geld, zum Teil auch weniger Personal als in den vergangenen Jahren zur Verfügung zu haben, damit aber im Moment noch das gleiche Programmangebot machen zu müssen, zumindest was den Umfang angeht. Gerade am Wochenende und an Feiertagen können wir im lokalen Angebot mit drei Stunden auskommen. Das könnte dazu führen, daß über die Woche hinweg die Chefredaktionen entlastet sind, was die Finanz- und Personalplanung angeht, zumal man berücksichtigen muß, daß gerade am Wochenende und an Feiertagen je nach Vereinbarung zwischen Chefredaktionen und Veranstaltergemeinschaften möglicherweise auch Sonderausgleiche wie freie Tage oder Sonderzahlungen wegen Wochenenddiensten notwendig werden. Eine Stundenreduzierung am Wochenende und an Feiertagen ist von daher eine sinnvolle Regelung.

Was die Frage einer möglichen Querfinanzierung durch eine weitere landesweite Kette angeht, so halte ich das dann für sinnvoll, wenn das über den Privatfunk geschieht, um im Wettbewerb eine Balance zwischen Privatfunk und öffentlich-rechtlichen Sendern im allgemeinen zu haben. Die Problematik Eins live ist angesprochen worden.

Letztendlich wird der Bürgerfunk als ein Übel wahrgenommen, das man allgemein akzeptiert hat, weil er so gewollt ist. Die Verankerung im Abendprogramm kann Bestand haben, allerdings würde ich mir wünschen, daß er später läuft, um zum Beispiel die Möglichkeit zu erhalten, über den Rahmenprogrammanbieter zwischen 18 und 20 Uhr ein landesweites Abendmagazin mit landesweiter Bedeutung ausstrahlen zu können. Der Bürgerfunk könnte danach laufen.

Die Übertragung einzelner Aufgaben auf den VG-Vorstand halte ich für praktikabel. Soweit ich weiß, nehmen an den VG-Sitzungen nur noch wenige Vertreter teil. Manchmal reduziert sich das auf vier, fünf Personen. Die Handlungsfähigkeit wäre auf jeden Fall gegeben, wenn der VG-Vorstand schneller entscheiden könnte. - Danke schön.

Bettina Lenzian: Ich sehe es als meine Aufgabe an, das alles ein wenig aus der wissenschaftlichen Perspektive zu betrachten. Das Gesetz soll in diesem Jahr bereits zum neunten Mal novelliert werden. Ich habe bisher alle Änderungen des Gesetzes wissenschaftlich begleitet, angefangen bei der Entstehungsgeschichte über die Anfänge der Lokalradios in der Praxis als LfR-Forschungsprojekt bis hin zu meiner Promotion zu diesem Thema, die ich gerade abgegeben habe.

Es ist eine spannende Materie; das kann ich nicht anders sagen.

Über das nordrhein-westfälische Zwei-Säulen-Modell und seine Konstruktionsgrundsätze ist schon viel diskutiert worden. Deshalb will ich nur einen Grundsatz hervorheben: Es war immer Ziel dieses Lokalfunkmodells, zwei Handlungsrationitäten miteinander zu verbinden, auf der einen Seite die kommerzielle und auf der anderen Seite die gemeinwohlorientierte. Nur deshalb macht es auch Sinn, Programmverantwortung und -finanzierung voneinander zu trennen. Nur deshalb macht es auch Sinn, die Veranstalter als pluralistische Gremien zu konstituieren. Und nur so macht auch der Bürgerfunk als nichtkommerzieller Programmanteil Sinn.

Durch alle wissenschaftlichen Betrachtungen und Untersuchungen zieht sich ein Ergebnis wie ein roter Faden: Der Gesetzgeber hat in der gesamten Geschichte des Zwei-Säulen-Modells durch alle Novellierungen zuviel Vertrauen in die Fähigkeiten der Akteure gesetzt, im Sinne dieses Gesetzes zu handeln, miteinander zu verhandeln und zusammenzuarbeiten. Und der Gesetzgeber hat zuviel Vertrauen in die Arbeit der Ehrenamtlichen gesetzt.

Elemente, die im Gesetz die Gemeinwohlorientierung gewährleisten sollen, sind vor allen Dingen - in den meisten Fällen ehrenamtlich - die Veranstaltergemeinschaften, aber auch der Bürgerfunk. Diese beiden Elemente sollen als Gegengewicht zur kommerziellen Dynamik dienen; so sind sie angelegt. Von der Gesetzessystematik her betrachtet sind sich Veranstaltergemeinschaften und Bürgerfunk recht ähnlich, auch wenn sie sich untereinander oft nicht einig sind.

Unter den Entwicklungen der letzten Jahre gelitten hat vor allem der gemeinwohlorientierte Teil des Lokalfunks. Das ist geschehen, weil er gesetzlich nicht genug gestützt wurde. Ich will ein Beispiel nennen: Wenn man zu dem Schluß kommt, wie das vor einigen Jahren war, daß die VGs überlastet sind und ihre Aufgaben mit Hilfe eines hauptamtlichen Geschäfts-

führers besser erfüllen könnten, und wenn man zu dem Schluß kommt, daß so das Gleichgewicht zwischen den Säulen wiederhergestellt werden könnte, dann reicht es nicht, im Gesetz eine Möglichkeit zu verankern, einen Geschäftsführer einzustellen. Das ist in der fünften Novellierung passiert. Aber wie viele VGs haben dadurch einen Geschäftsführer bekommen?

Geholfen hätte nach meiner Ansicht eine klare Vorgabe, vielleicht ähnlich wie bei den Chefredaktionen. Dazu ist im Gesetz festgeschrieben: Die VG muß einen Beschäftigten mit der redaktionellen Leitung betrauen. Damit ist die Position eines Chefredakteurs festgeschrieben. Hätte man ins Gesetz hineingeschrieben: "Die VG muß einen Beschäftigten mit der Geschäftsführung betrauen", wäre es vielleicht anders gekommen.

Leider gewinne ich bei der Beschäftigung mit dem aktuellen Entwurf den Eindruck, daß aus solchen Erfahrungen keine konkreten Schlüsse gezogen worden sind. Die fünfte Novelle, die ich gerade schon einmal angesprochen habe, hat Prof. Martin Stock einmal eine "lustlos wirkende Reform" genannt. Ich befürchte, daß diese Novellierung wieder so eine wird.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Lustlos wirkende Reform - ein schöner Begriff.

Bettina Lenzian: Schöner wäre in der Tat eine lustvolle Reform.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Das ist wohl wahr.

Bettina Lenzian: Wenn man diese nichtprofessionellen Elemente, die gemeinwohlorientierten Elemente im Modell will, wenn man Pluralismus will - und ich gehe einfach davon aus, daß man ihn noch will; sonst wäre das Zwei-Säulen-Modell hinfällig; gerade ist von seiten des BG-Verbandes gesagt worden, daß man das Zwei-Säulen-Modell im Kern nicht berühren wolle -, dann muß man mit diesen Elementen anders umgehen. Man muß sie stärken, vielleicht stärker an die Hand nehmen, jedenfalls muß man ihnen per Gesetz Geltung verschaffen; das hat die Geschichte gezeigt.

Ich höre jetzt schon den Einwand, daß man lokalen Besonderheiten Raum geben muß und daß es Platz geben muß für individuelle lokale Verhandlungen. Ich kann nur noch einmal auf das eben gewählte Beispiel verweisen: Nicht viele VGs haben durch lokale Verhandlungen einen Geschäftsführer bekommen.

Ich rede jetzt die ganze Zeit von der einen Seite des Modells, von der gemeinwohlorientierten. Natürlich gibt es auch die andere Seite, es gibt kommerzielle Interessen, es gibt wirtschaftliche Belange, und die sind natürlich genauso legitim. Das ist eine von zwei Seiten. Aber wenn ich von außen auf die Entwicklung blicke, die das Gesetz genommen hat, die das Zwei-Säulen-Modell genommen hat, dann habe ich einfach das Gefühl, daß ich mir darüber weniger Sorgen machen muß.

Die wirtschaftliche Dynamik funktioniert besser als die gemeinwohlorientierte. Das hat strukturelle Gründe. Sie zeigt sich wesentlich kraftvoller als die gemeinnützige; deshalb muß

sie durch gesetzliche Regelungen weniger unterstützt werden. Ich denke, daß sehr wohl auch in diese Richtung etwas getan werden muß, sehe aber dennoch ein Ungleichgewicht.

Vor dem Hintergrund dieser Überlegung, von außen auf die Geschichte des Gesetzes blickend, halte ich die geplanten Änderungen, die Strukturen in den Veranstaltergemeinschaften zu vereinfachen, für akzeptabel. In ihrer Zielrichtung weisen sie auf eine verbesserte Arbeitsfähigkeit der VGs hin; das ist auch bitter nötig. Die Bindung der Wirtschafts- und Stellenpläne an die Ertragslage des Senders führt dagegen wiederum zu einer klaren Verschiebung in Richtung wirtschaftliche Interessen. Dies ist so nicht notwendig und erschwert den VGs sogar die Erfüllung der Aufgaben, die sie im Zwei-Säulen-Modell haben.

Die Verringerung der lokalen Sendezeit geht auch in Richtung Kräftigung der Wirtschaftlichkeit. Im Sinne der Gesetzessystematik müßte da aber weniger korrigiert werden als in dem Bereich, den ich gerade angesprochen habe.

Die Änderungen, die den Bürgerfunk betreffen, sind, wenn man einen vielfältigen nicht-kommerziellen Anteil im Lokalprogramm haben will, durchweg unakzeptabel. Sie führen alle zu einer Schwächung dieses Anteils. Im Bürgerfunkbereich würde nicht einmal der Status quo erhalten, geschweige denn gezielt gefördert, vielleicht in Richtung Qualität, daß auch einmal Reibungs- und Streitpunkte mit den anderen Akteuren im Modell ein bißchen verringert würden.

Sollten die Änderungen in der vorliegenden Form beschlossen werden, bräuchte man keine wissenschaftlichen Begleitforschungen und auch keine hellseherischen Fähigkeiten, um vorhersagen zu können, daß die Verschiebung des Gleichgewichts, die in dem Modell schon seit Jahren zu beobachten ist, weitergehen wird. Die kommerziellen Kräfte werden sich weiter durchsetzen können, und die Gegengewichte, die auch dazu da sind, die kommerziellen Kräfte zu bremsen - sonst hätten wir reinen Privatfunk und kein Zwei-Säulen-Modell -, würden durch solche Veränderungen weiter geschwächt, weil sie strukturell unterlegen sind und weil sie durch die vorliegenden Formulierungsvorschläge nicht gestärkt werden. Es würde also zu einer weiteren Verschiebung des Ungleichgewichts zwischen den Säulen kommen. - Danke schön.

Hartmut Gläsmann (radio NRW GmbH): Es gibt natürlich nicht nur wirtschaftliche Interessen, sondern auch wirtschaftliche Notwendigkeiten. Eine wirtschaftliche Notwendigkeit ist der finanzielle Beitrag von radio NRW.

Der wirtschaftliche Erfolg von radio NRW hängt zum einen von der Position des Werbeträgers Hörfunk im Verhältnis zu anderen Werbeträgern ab, zum anderen selbstverständlich auch von der Wettbewerbssituation im Verhältnis zu anderen landesweiten Hörfunkangeboten in Nordrhein-Westfalen. Was die Situation des Werbeträgers Hörfunk insgesamt betrifft, so muß man feststellen, daß der Anteil der Hörfunkwerbung am Gesamtwerbemarkt weiter rückläufig ist. Alle Hörfunkveranstalter haben das Problem, daß die Einbuchung der Werbeaufträge immer kurzfristiger geschieht. Wir hatten 1996 zu diesem Zeitpunkt bereits 82 % unseres Umsatzvolumens eingebucht. In diesem Jahr sind es 56 %, ein Problem, das nicht nur radio NRW hat, sondern die gesamte Gattung Hörfunk. Alle arbeiten an diesem Problem. radio NRW wird durch die RMS vermarktet. Es gibt dann noch die EP und die ARD. In

diesem Punkt arbeiten alle Vermarktungsorganisationen am gleichen Ziel, nämlich die Stagnation des Hörfunks im gesamten Werbemarkt zu überwinden.

Wie sieht die Marktsituation für radio NRW ganz spezifisch aus? - Von 1994 bis 1996 haben die drei von der WWF vermarkteten Hörfunkprogramme - das war 1994 noch WDR 1, jetzt Eins live, WDR 2 und WDR 4 sowie radio NRW - jährlich gemeinsam Bruttowerbeeinnahmen in Nordrhein-Westfalen von rund 240 Millionen DM erwirtschaftet. Das fällt einmal ein wenig, steigt dann wieder. Das stagniert nun etwas. Wir hoffen natürlich alle, daß die Stagnation irgendwann durch Gattungsmarketing überwunden wird. Was nicht stagniert, ist die Angebotsstruktur der öffentlich-rechtlichen Programme. Der WDR bekam eine fünfte Hörfunkkette. Bei der Umwandlung von WDR 1 zu Eins live begann nicht nur bei diesem Programm die strenge Orientierung in Richtung zielgruppenspezifischem Formatradio. Das Angebot von Eins live richtet sich zielgruppengenau an die jüngeren Hörer bis 29, mittlerweile bis 35. WDR 2 spricht im wesentlichen die gleiche Kernzielgruppe wie das Programm von radio NRW an, nämlich die Zielgruppe der 20- bis 49jährigen. Damit gerät radio NRW im Wettbewerb um den Hörer in eine Zangenbewegung, und zwar innerhalb des vermarktungsrelevanten Alterssegmentes 14 bis 49. Das ist das, was zur Zeit am Markt vermarktungsrelevant ist.

Bei der Formatierung der vermarkteten Programme setzte der WDR erhebliche Mittel für Marketingmaßnahmen ein. Die finanziellen Mittel zur Erzeugung eines solchen eigentlich notwendigen Mediadrucks stehen radio NRW nicht zur Verfügung. Die Hörerzahlen von WDR 2 blieben im Zeitraum von 1995 bis 1997 nahezu stabil. Eins live konnte den Hörerkreis von 1995 bis 1997 von 132 000 auf 591 000 vervierfachen. Da die Hörerzahl in Nordrhein-Westfalen nicht beliebig vermehrbar ist, ist mit dieser Entwicklung ein Reichweitenrückgang für radio NRW verbunden. Herr Dr. Becker hat darauf hingewiesen: Wir haben in den letzten beiden Jahren 209 000 Hörer verloren.

Mit dieser Entwicklung zwangsläufig verbunden ist ein Rückgang der Bruttowerbeumsätze. Wir bieten der werbetreibenden Wirtschaft Hörer an. Betrug 1996 die Seite der Bruttowerbeeinnahmen bei radio NRW noch 127 Millionen DM, so wird diese Zahl für 1998 bei rund 90 Millionen DM liegen. Das sind 40 Millionen DM weniger als 1996.

Es ist davon auszugehen, daß die werktäglich 90 Minuten des WDR, die dieser vermarkten kann - 15 Minuten WDR 4, 30 Minuten Eins live und 45 Minuten WDR 2 -, zu 100 % verkauft werden. Damit absorbiert der WDR 1998 nach unseren Berechnungen rund 154 Millionen DM des angenommenen Bruttoumsatzes von 240 Millionen DM. 1998 verbleiben eigentlich nur noch 86 Millionen DM.

Diese Entwicklung ergibt sich aus den Reichweitzuwächsen bei Eins live, der Stabilität von WDR 2 und aus der seitens des WWF durchgeführten Preiserhöhung im Bereich der Basiswerbung des TKP.

Was das für die Ausschüttung der Lokalstationen bedeutet, hat Herr Dr. Becker bereits angeführt. Sie wird sich im Verhältnis zu 1996 mehr als halbieren.

Die Konkurrenzsituation und damit die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von radio NRW haben sich seit Beginn des lokalen Hörfunks 1990 erheblich zuungunsten des privaten Hörfunks in Nordrhein-Westfalen verändert. Unter den gegebenen Verhältnissen - fünf ziel-

gruppenformatierte, auf Durchhörbarkeit angelegte Programme gegen ein Programm, das zudem aus drei Elementen besteht, nämlich Lokalprogramm, Rahmenprogramm, Bürgerfunk -, finanzielle und personelle Ressourcenüberlegenheit des öffentlich-rechtlichen Bereichs und eine immer noch unbefriedigende Frequenzsituation der Lokalradios - in Heinsberg sind ganze Stadtteile nicht zu erreichen, Wattenscheid ist für Bochum nicht erreichbar; das sind unerträgliche Zustände -, unter diesen Umständen ist es ein anspruchsvolles Ziel, den gegenwärtigen Trend am Hörermarkt zu stoppen. radio NRW wird alle Kraft auf dieses Ziel richten.

Die am privaten Rundfunk in Nordrhein-Westfalen Beteiligten haben auf die veränderte Konkurrenzsituation durch gemeinsam getroffene Entscheidungen reagiert. 1997 wurde gemeinsam mit den Veranstaltergemeinschaften ein Programmrelaunch durchgeführt. Die Betriebsgesellschaften und radio NRW haben Ressourcen im Marketingbereich gebündelt. Darüber hinaus haben die Betriebsgesellschaften große Anstrengungen unternommen, um gemeinsame Kampagnen der NRW-Lokalradios und radio NRW durch Tageszeitungsanzeigen zu unterstützen. All diese Anstrengungen werden auch 1998 fortgeführt.

Die im vorliegenden Gesetzentwurf vorgesehenen Änderungen werden meiner Auffassung nach an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des lokalen Hörfunks kaum etwas ändern. Die Möglichkeit der Flexibilisierung lokaler Sendezeiten an Sonnabenden, Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen kann einen wirtschaftlichen Effekt haben; insofern ist das zu begrüßen.

Was den Vorschlag zu den Sende- und Leitungskosten betrifft, so habe ich Zweifel, ob es zu einer einvernehmlichen Regelung kommen wird, wenn dies so ins Gesetz kommt. Sollte die Landesanstalt für Rundfunk eine vorgesehene Ausgleichsleistung für radio NRW festlegen, würde das bedeuten, daß einige Lokalstationen entlastet werden. Andere werden über die Verringerung der Ausschüttung belastet. Es bleibt die Tatsache, daß die Gesamtbelastung des Systems - dies sind rund 7 Millionen DM - nicht vermindert wird. Überdurchschnittlich hohe Sende- und Leitungskosten betreffen wenige Verbreitungsgebiete. In § 52 LRG NW wird der Landesanstalt für Rundfunk bis zum 31. Dezember 2000 die Möglichkeit gegeben, in Verbreitungsgebieten mit einem überdurchschnittlich hohen Kostenaufwand Förderung zu gewähren. Dies ist die einzige Förderungsmöglichkeit der Landesanstalt für Rundfunk, die zur Zeit nicht bedient wird. Es ist meines Erachtens der gegenwärtigen Situation angemessener, daß die Landesanstalt für Rundfunk diese Förderungsmöglichkeit für die begrenzte Zahl von Verbreitungsgebieten nutzt. Damit wäre die im Gesetzentwurf vorgeschlagene Regelung entbehrlich.

Bei der vorgeschlagenen Regelung für die Sendezeiten für Programmbeiträge des Bürgerfunks ist meines Erachtens nicht erkennbar, daß diese dazu führt, daß Veranstaltergemeinschaften den Bürgerfunk so plazieren können, daß er zeitlich einheitlich in den Lokalstationen gesendet wird. Dies müßte eigentlich das Ziel sein.

Alle Anstrengungen, die die am privaten Hörfunk beteiligten Partner unternehmen, und alle im vorliegenden Gesetzentwurf vorgesehenen Maßnahmen, die helfen sollen, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des lokalen Hörfunks zu verbessern, ändern nichts am bestehenden sich verstärkenden Ungleichgewicht des dualen Hörfunksystems in Nordrhein-Westfalen. Dieses Ungleichgewicht gefährdet zunehmend die Möglichkeit, nachhaltige wirtschaftliche Leistungsfähigkeit für das Lokalfunksystem insgesamt zu erreichen.

Der Blick nach Hessen oder nach Rheinland-Pfalz zeigt, daß landesweite private Sender die Möglichkeit erhalten haben, ein zweites landesweites Programm auszustrahlen. In beiden Fällen - es handelt sich um RPR 1 und RPR 2, um FFH und Planet Radio - stehen diese Programme in keiner wirtschaftlichen Verbindung mit lokalem Rundfunk. Um so mehr ist es in Nordrhein-Westfalen notwendig, über die Einführung einer weiteren landesweiten privaten Kette zur finanziellen Stützung des lokalen Rundfunks nachzudenken. - Ich bedanke mich.

Achim Rohnke (Westdeutsche Rundfunkwerbung GmbH): Ich möchte meinen Ausführungen vorausschicken, daß mir entgegen dem Szenario, das Herr Gläsmann gerade gemalt hat, um das Radio in Deutschland überhaupt nicht bange ist. Hörfunk entwickelte sich durch den Markteintritt der privaten Radioanbieter zu einem der dynamischsten Medien in Deutschland. Trotz steigender Werbeumsätze und zunehmender Sendervielfalt - heute sind es über 250 öffentlich-rechtliche und private Hörfunkprogramme - sank der Umsatzanteil, gemessen am gesamten klassischen Werbemarkt, stetig; das kann man bedauern.

Von 1992 bis 1997 - 1992 ist das Jahr, in dem der Aufbau des lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen mehr oder weniger abgeschlossen war; deswegen habe ich es als Basis genommen - stieg der Radiowerbeumsatz in Deutschland um 25 % von 1,3 Milliarden DM auf 1,6 Milliarden DM. Die Werbeumsatzzahlen, die ich meinen Ausführungen zugrunde lege, sind der Werbeindustrie zugängliche Zahlen eines unabhängigen Instituts, das durch Überwachung der Ausstrahlung der Werbespots, die auf den deutschen Hörfunksendern gesendet werden, auf Basis der Preislisten rückrechnet, was für ein Umsatzpotential das ist. Es handelt sich durchweg um relativ nachvollziehbare und neutrale Zahlen.

Der Umsatz der Radios in Nordrhein-Westfalen ist in dem genannten Zeitraum nur um 18 % gewachsen. Das liegt daran, daß das 25%ige Wachstum in Deutschland insbesondere durch den Aufbau des privaten Radios in Ostdeutschland angetrieben worden ist. Wer die Zahlen vor Augen hat und sagt, vielleicht hinke Nordrhein-Westfalen da nach, muß also wissen, daß es sich hauptsächlich um ein West-Ost-Problem handelt.

In Nordrhein-Westfalen ist der Radioumsatz von 218 Millionen DM im Jahre 1992 auf 258 Millionen DM im Jahre 1997 angewachsen. Der WDR hatte in diesen fünf Jahren einen Umsatzrückgang von 13 % zu verzeichnen, von 172 Millionen DM auf 149 Millionen DM. radio NRW hat in den letzten fünf Jahren - wie gesagt: Basis ist der Abschluß des Aufbaus des Lokalradios - 137 % zugelegt, von 46 Millionen DM 1992 auf 109 Millionen DM - das ist hochgerechnet, weil mir nur die November-Zahlen zur Verfügung standen - im Jahre 1997. Das alles sind Bruttozahlen; sonst wären sie nicht vergleichbar.

Man muß wissen, daß der Gesamtwerbemarkt in diesem Zeitraum in Deutschland um 38 % gewachsen ist, von fast 20 auf 27 Millionen DM, entstanden durch das exorbitante Wachstum im Fernsbereich. Fast jede zweite Mark, die in Deutschland in der Werbung ausgegeben wird, wird mittlerweile im Fernsehen ausgegeben. Auch das muß man wissen, wenn man beklagt, daß der Hörfunkanteil stetig zurückging, von 6,6 % noch vor fünf Jahren auf heute nur 6 % Marktanteil am Werbemarkt. Ich finde aber, das hat sich noch ganz gut gehalten bei diesem exorbitanten Wachstum des Fernsehens.

Diese 6 % - deswegen habe ich vorhin gesagt, daß es mir um das Radio nicht bange ist - sind eine Basis, eine Chance, aus der man etwas machen kann. Im Ausland hat das Radio einen vielfach höheren Anteil am Werbemarkt insgesamt, in Kanada 13 %, in den USA 11 %, in Belgien 9 %, in Frankreich 7 %. Dennoch ist mir um den Hörfunk in Deutschland nicht bange, man muß nur etwas daraus machen. Der Hörfunk hat in den letzten Jahren durch den Aufbau des privaten Fernsehens vielleicht etwas gelitten, aber die letzten Anzeichen geben durchaus Anlaß zu Optimismus. Nach drei, vier Jahren ist der Hörfunk in Deutschland erstmals wieder um 3 % gewachsen. Die Vermarktungsanstrengungen sowohl der privaten Seite - Herr Gläsmann erwähnte eben die RMS als die Vermarktungsorganisation der Privatradios - wie auch der ARD-Werbung gehen immens in die Richtung, Hörfunk weiter als Basismedium in Deutschland zu etablieren, und das zeigt Früchte. Werbeagenturen, die zu unserem Kundenkreis zählen, überlegen, immer mehr Hörfunk einzusetzen und Werbung, die ins Fernsehen gegangen ist, vor allem während der Tageszeiten wieder in dem tagesadäquateren Medium Hörfunk zu plazieren.

Ich möchte jetzt ein wenig auf die Charakteristika des Hörfunkmarkts hier in Nordrhein-Westfalen eingehen und ein kleines Planspiel machen. Man muß ja immer schauen, woran man sich mißt, was eine Meßlatte sein könnte, um Hörfunkumsatzzahlen im Werbemarkt zu messen. Ich gehe bewußt nicht auf Bayern ein, weil Herr Kors von der bayerischen Landesanstalt hier ist und Ihnen sicher einen Ausblick nach Bayern geben wird. Meine Messungen beziehen sich auf Norddeutschland, auf die Staatsvertragsländer des Norddeutschen Rundfunks. Ich gehe davon aus, daß die Situation in Nordrhein-Westfalen vom gesamten Preisgefüge her, das im Radio erreicht wird, Norddeutschland ähnlicher ist. In Norddeutschland wurde im übrigen der private Funk als einer der ersten in Deutschland durch eine Vielzahl von Sendern aufgebaut, seien es lokale Sender zum Beispiel in Hamburg oder landesweite Sender in Schleswig-Holstein oder Niedersachsen. Ich ziehe also einen Vergleich Nordrhein-Westfalen gegen Norddeutschland, wobei Norddeutschland die Staatsvertragsländer des Norddeutschen Rundfunks sind.

In Norddeutschland leben auf der Basis der Mediaanalyse 11,6 Millionen Menschen, in Nordrhein-Westfalen 13,6 Millionen; das sind Erwachsene über 14 Jahre. Dadurch ergibt sich ein Verhältnis von 46 % im Norden zu 54 % im Westen. Der im letzten Jahr erreichte Hörfunkumsatz teilt sich wie folgt auf: 346 Millionen DM in Norddeutschland 258 Millionen DM in Nordrhein-Westfalen; das ist ein Verhältnis von 57 : 43, genau das umgekehrte Verhältnis, wie es der Bevölkerung entspricht. Daraus könnte man ableiten: Der Hörfunkwerbemarkt in Nordrhein-Westfalen ist entweder nicht reichhaltig genug oder wird nicht richtig ausgeschöpft. Irgend etwas stimmt nicht, wenn in Norddeutschland pro Kopf 29 DM an Hörfunkumsatz investiert wird und in Nordrhein-Westfalen nur 19 DM. Der Gesamtbundesdurchschnitt liegt übrigens bei 25 DM.

Wenn man in die Systematik der statistischen Zahlen von Schmidt und Pohlmann, die ich meinen Ausführungen zugrunde lege, eintritt, merkt man sehr schnell, daß an diesem Vergleich irgend etwas hinkt. Der gesamte lokale Hörfunkumsatz, der in Nordrhein-Westfalen durch die Lokalsender erzielt wird, ist in diesen Statistiken nicht enthalten. Das liegt an der Systematik, weil bei den Messungen landesweit Leute vor dem Radio sitzen, Hörfunkwerbepots aufschreiben und nachher auf Preise hochrechnen. Der Lokalfunk mit seinen vielen Stationen wäre einfach keine wirtschaftliche Basis, um dem Werbebeobachtungsinstitut

entsprechende Aufzeichnungen zu ermöglichen. Das heißt, die lokalen Hörfunkstationen sind in diesen Zahlen nicht enthalten. In Norddeutschland ist das anders. Wir haben nur einen Markt, der mit Lokalfunk bestückt ist, nämlich die Hansestadt Hamburg. Dort gibt es nicht nur Radio Hamburg mit einer Stadtfrequenz, sondern auch Magic FM, Alster-Radio und verschiedene andere kleine Sender, die kommen und gehen. Insgesamt erzielen diese Sender einen lokalen Hörfunkumsatz, der nur auf Hamburg gerechnet ist. Das sind alles die Kunden, die aus dem Hamburger Stadtgebiet in diesen Sendern buchen, also nicht vergleichbar mit radio NRW. Es handelt sich um die Werbekunden, die in Hamburg für Hamburg auf den Hamburger Wellen Werbung machen. Das macht ca. 12 Millionen DM aus.

Hamburg ist der einzige Markt in Deutschland, wo der lokale Hörfunkumsatz auf Basis der Schmidt-und-Pohlmann-Zahlen erfaßt wird. Es gibt keinen entsprechenden Markt außer vielleicht Berlin, der allerdings ein sehr wilder Markt ist. Man kann also keinen anderen Markt als Hamburg nehmen, um zu versuchen, ein Benchmarking mit dem zu machen, was in Nordrhein-Westfalen auf lokaler bzw. landesweiter Ebene passiert.

Noch einmal einen Schritt zurück: Ich habe vorhin gesagt, 46 % der Leute lebten in Norddeutschland, 54 % in Westdeutschland. Der Umsatz ist genau umgekehrt, nämlich 57 % in Norddeutschland und 43 % in Westdeutschland. Wenn ich jetzt versuche, in Westdeutschland den lokalen Umsatz hinzuschätzen - Zahlen liegen dazu nicht vor -, um auf das Niveau zu kommen, das in Norddeutschland herrscht, nämlich lokaler und regionaler Hörfunk zusammen, dann komme ich zu folgender Methode: Wir haben über mehrere Wochen ein Aircheck gemacht und gestoppt, was in sechs der Lokalstationen an Werbung geschaltet wird, haben das auf zwölf Monate hochgerechnet und sind - verzeihen Sie mir die Zahl, wenn ich völlig falsch liege - auf 75 Millionen DM gekommen. Hinzu kommt in Nordrhein-Westfalen, daß hier sehr viele Fremdsender einstrahlen, und zwar sowohl öffentlich-rechtliche als auch private. Das ist in Norddeutschland nicht so. Es gibt also Sender, die Werbegelder aus Nordrhein-Westfalen abziehen. Das sind hauptsächlich SWF 3, Radio Luxemburg, RPR 1 und 2, die in Köln sogar Stadtbüros unterhalten, und in Westfalen ein bißchen der NDR. Wenn man das hinzurechnet, kommt man auf 25 Millionen DM.

Wenn ich jetzt also die offiziellen Umsätze des Westdeutschen Rundfunks mit seinen drei werbetragenden Wellen, radio NRW, den auf Basis von Airchecks geschätzten Umsatz der lokalen Hörfunkstationen - da mag ich zu hoch, vielleicht aber auch zu niedrig liegen - und die Werbeumsätze, die die sogenannten einstrahlenden Sender hier erreichen, addiere, komme ich auf 358 Millionen DM. Wenn man das wiederum an dem Bevölkerungsverhältnis mißt, kommt man zu einem Verhältnis von 49 zu 51. Wir kommen der Sache also schon näher, sind aber leider immer noch nicht da, wo Norddeutschland liegt. Das mag an den Rechnungen liegen; vielleicht habe ich zuwenig geschätzt. Ich komme in Nordrhein-Westfalen auf ein Potential von rund 40 Millionen DM, das durch den Lokalfunk nicht ausgeschöpft wird. Das ist die einfache Hochrechnung von der Zahl Hamburgs auf Nordrhein-Westfalen.

Man kann nun argumentieren: Hamburg ist nicht vergleichbar mit Nordrhein-Westfalen. Ich meine allerdings, eine teilweise Vergleichbarkeit liegt vor, weil die meisten Leute in Ballungsraumgebieten, in städtischen Gebieten leben und insofern eine Werbeklientel darstellen, die nicht nur das Möbelhaus in Duisburg, sondern auch in Dortmund, in Bochum oder wo auch immer in Anspruch nehmen, was in Hamburg auch der Fall ist. In Hamburg werden pro

Kopf 9,26 DM für lokale Werbung ausgegeben, in Nordrhein-Westfalen nach meiner Zahl 5,50 DM. Wenn man das hochrechnet, kommt man wieder auf die 40 Millionen DM, die ich eben prognostiziert habe, die man eigentlich aus dem Lokalfunk noch herausholen könnte.

Die Wachstumschancen für das Radio insgesamt: Im letzten Jahr war ein Wachstum von 3 % zu verzeichnen, und es wird ein weiteres Wachstum geben. Der Verdrängungswettbewerb mit dem Fernsehen wird sich wahrscheinlich zugunsten des Radios verlagern. Die Einbuchungszeiten werden sicherlich kurzfristiger; darauf hat Herr Gläsmann hingewiesen. Aber das macht mir keine Angst, der WDR hat auch erst 50 % seiner Umsätze erzielt. Das ist genauso wie bei radio NRW und muß so hingenommen werden. Warum soll man für zwölf Monate kaufen, wenn man auch von Monat zu Monat kaufen kann?

Was hindert eigentlich daran, dieses lokale Hörfunkpotential zu heben? Ich habe versucht, ein paar Fakten zu finden, woran das wohl liegen mag. In den vielen Zahlen, die vorliegen, findet man dafür durchaus Anhaltspunkte. Natürlich hat der Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen eine sehr heterogene Reichweitenstruktur. Hier liegt ein Verbesserungspotential. Am Radiowachstum kann man partizipieren. Das Radiomarketing wird ohnehin von der privaten und von der öffentlich-rechtlichen Seite forciert. Eine Ausweitung der Gattung von heute 6 auf über 8 % in einem mittelfristigen Zeitraum halte ich für durchaus realistisch. Wenn man sich den Preis für Hörfunk in Deutschland anschaut, findet man heraus, daß der Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen auch in den angebotenen Kombinationen extrem teuer ist. Man muß die Frage stellen, ob sich der Lokalfunk preislich nicht selbst im Wege steht. In Hamburg wird Lokalfunk zu dem Preis angeboten, zu dem man auch sonst in Norddeutschland Werbung schalten kann, und erreicht die Ergebnisse, die ich eben aufgezählt habe. - Ich will den Katalog dessen, was man sich noch ausdenken könnte, um den Hörfunkwerbeumsatz in Nordrhein-Westfalen zu beleben, nicht weiter ausführen. Es gibt Chancen genug, um weiter wachsen zu können, wenn man es nur richtig macht. - Vielen Dank.

Wolfgang Hahn-Cremer (Vorsitzender des Ausschusses für lokalen Rundfunk der Landesanstalt für Rundfunk): Herr Vorsitzender! Meine Damen und Herren! Ich habe in Vorbereitung auf die heutige Anhörung mein Archiv durchsucht und bin auch fündig geworden. Mir fiel diese grüne Broschüre aus dem Jahre 1989 in die Hände. Sie ist überschrieben: "Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen - Daten zu den Verbreitungsgebieten für lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen". Das war der erste Band der Schriftenreihe der Landesanstalt für Rundfunk. Warum ist er interessant?

Er ist deswegen interessant, weil er die komprimierten Daten der damaligen Prognoseentscheidung der LfR für die Verbreitungsgebiete enthält. Wir waren damals schon durch den Gesetzgeber aufgefordert, die wirtschaftliche Situation der einzelnen Verbreitungsgebiete in die Betrachtung einzubeziehen.

Diese Broschüre ist damals sowohl von der BG-Seite wie von der VG-Seite - ich darf es einmal so formulieren - mit Hohn und Spott übergossen worden. Man hat gesagt: Die Daten sind falsch, nicht gerechnet. - Wir stellen heute fest: Die Daten haben eine äußerst realistische Grundlage, weil wir uns jetzt in der wirtschaftlichen Situation des Lokalfunks, die ich

zugegebenermaßen auch als schwierig ansehe, genau auf die Basis zubewegen, die wir seinerzeit angenommen haben.

Wir haben bei unserer Prognoseentscheidung damals deutlich gemacht, daß es unterschiedliche Ansätze gibt, wie man einen Haushalt sowohl BG-seitig als auch VG-seitig gestaltet. Es war sozusagen ein Bestcase und Worstcase angegeben worden. Wir haben festgestellt, daß alle das Bestcase gemacht haben. Heute bewegen wir uns auf die Basis des Worstcase zu. Ich glaube, es ist für jeden in diesem Raum nachvollziehbar, daß es, wenn man von einer sehr hohen Ebene nach unten zu kommen versucht, ungleich schwieriger ist, als wenn man klein anfängt und dann größer wird. Deswegen ist das, was wir in unseren Stellungnahmen bisher gesagt haben, daß eine unternehmerische Entscheidung gefallen ist, ernst zu nehmen. Die unternehmerische Entscheidung sowohl auf VG- als auch auf BG-Seite ist damals gefallen, mit diesen hohen Anfangskosten zu beginnen. Das ist noch einmal in die Betrachtung einzubeziehen, wenn wir zu der neuen Bestimmung im Landesrundfunkgesetz kommen.

Meine Damen und Herren, wir haben, wie gesagt, eine schwierige Situation, wir haben aber auch Schwierigkeiten, die wirtschaftlichen Daten zu erheben. Ich finde das immer wieder faszinierend: Sowohl bei Podiumsdiskussionen wie bei Anhörungen gibt es verschiedene Daten, und es ist stets sehr problematisch, die Basis, auf der wir uns bewegen, zu verifizieren. Es hat des öfteren Vorschläge auch der Landesanstalt für Rundfunk an die verschiedenen Partner gegeben, die Daten alle zwei Jahre auf einer gemeinsamen Basis zu erheben. Damit sind wir vor eine Mauer gelaufen, unter anderem mit dem Argument: Die LfR hält diese Daten eh nicht bei sich und gibt sie an andere weiter. Es hat sich gezeigt, daß dies nicht der Fall ist. Das WAZ-Gutachten ist durch die WAZ selbst freigegeben worden.

Das einzige, was wir hatten und haben, ist das Gutachten, das gemeinsam von der WAZ und der LfR zu acht Verbreitungsgebieten im Bereich der WAZ eingeholt worden. Zu dem, was sich daraus schlußfolgern läßt, wird Herr Pintzke als einer der Gutachter nachher sicher noch Stellung nehmen.

Wenn ich mir auf diesem Hintergrund das Gesetz angucke, brauchen wir über die Frage, was die Wirtschaftlichkeit verbessern könnte, nämlich die Bestimmung, an Wochenenden und Feiertagen die Stundenbegrenzung herabzusetzen, nicht lange zu diskutieren. Ich denke, das ist ein Mosaiksteinchen für die Landesanstalt für Rundfunk mehr, die wirtschaftliche Situation der Lokalstationen zu steuern.

Schwieriger wird das mit der Bestimmung, die sich in § 25 Abs. 4 (neu) befindet, die lautet: Die veranschlagten Aufwendungen dürfen die Erträge nicht übersteigen. - Das ist auf den ersten Blick eine Allerweltsweisheit, eine Selbstverständlichkeit. Nun könnte man fragen: Warum gehört eine Selbstverständlichkeit ins Gesetz? Die Sache wird dann klarer, wenn man sich die Begründung anschaut. Dort heißt es: Die Vorlaufverluste sind einzubeziehen. - An dieser Stelle wird es spannend. Ich verweise noch einmal auf diese grüne Broschüre. Die Vorlaufverluste sind zum Teil, wenigstens was die ersten drei Jahre angeht, eine unternehmerische Entscheidung gewesen, die man auch anders hätte treffen können, die man aber so getroffen hat und die deshalb dem System auch nicht angelastet werden kann.

Die Bestimmung als solche ist nicht mehr als Selbstverständlichkeit zu betrachten, wenn man sie genauer in den Blick nimmt. Dann birgt sie meines Erachtens Sprengstoff für das Zwei-

Säulen-Modell. Ganz schnell wird die Frage aufkommen: Wer definiert eigentlich, was Erträge sind? Ich fürchte, das wird ein Punkt sein, der sich in verschiedenen Schlichtungsverfahren bis zur Landesanstalt für Rundfunk niederschlägt, weil es nicht nur darum geht, nackte Zahlen zu betrachten, sondern auch darum, die Frage zu beantworten, was Marketing ist, wie es umgesetzt wird und vor allem wie ich als jeweilige Station auf den Werbemarkt gehe. Das ist bisher eine unternehmerische Entscheidung der Betriebsgesellschaften und keine Entscheidung, an der die Veranstaltergemeinschaften mitwirken können. An dieser Stelle wird es äußerst problematisch, weil nachher letztendlich unternehmerische Entscheidungen vorgehalten werden, die für die Veranstaltergemeinschaften in dieser Form möglicherweise überhaupt nicht nachvollziehbar sind. Ich befürchte, hier wird die Statik des Hauses Zwei-Säulen-Modell zugunsten der Säule Betriebsgesellschaften verändert, was meistens dazu führt, daß, wenn man keine Stützungsmaßnahmen vornimmt, dieses Haus einstürzt. Deswegen kann ich die These, die Herr Dr. Becker vorgetragen hat, daß der Kern des Zwei-Säulen-Modells durch diese Bestimmung unberührt bleibt, in dieser Form nicht akzeptieren und nicht nachvollziehen.

Meine Damen und Herren, der dritte Punkt sind die Leitungskosten. Auch hier muß man, wie ich denke, deutlich formulieren. Die Landesanstalt für Rundfunk hat erhebliche Mittel für Leitungskosten in früheren Jahren aufgewendet. Sie ist aus der Finanzierung dieser Leitungskosten herausgegangen, weil sie der Auffassung war - das ist auch nachvollziehbar -, daß man sozusagen im Sinne von Public private partnership darüber nachdenken muß, daß nicht nur die öffentliche Institution fördert, sondern daß die Privaten auch etwas dazutun. Dies ist seinerzeit deutlich abgelehnt worden.

Wir haben daraufhin gesagt: Wenn wir uns in dieser Frage nicht gemeinsam bewegen können, werden wir die Finanzierung nicht fortsetzen. Seit ungefähr einem Dreivierteljahr liegt der Vorschlag von mir auf dem Tisch, daß die Landesanstalt für Rundfunk in ihrem Haushalt erhebliche Mittel einstellen würde, wenn sich auch die Betriebsgesellschaften oder radio NRW an den Leitungskosten beteiligen würden. Zu diesem Vorschlag habe ich bis heute keine positive Antwort vernommen. Aus diesen Gründen kann ich den Gesetzgeber nur auffordern, bei der Bestimmung im Landesrundfunkgesetz zu bleiben, weil ich glaube, nur der nötige öffentliche Druck durch das Gesetz führt dazu, daß wir möglicherweise dazu kommen, im Konsens innerhalb des Modells eine Lösung zu finden.

Dann noch ein Punkt, der mir wichtig ist, der auch das, was hier formuliert worden ist, beleuchtet: Ich glaube, daß es dieser Bestimmung, die nun im Gesetz vorgesehen ist, nicht bedarf, weil das Instrumentarium, das der Gesetzgeber zur Frage der wirtschaftlichen Betrachtung der Lokalfunkstationen vorgibt, ausreicht, auch die Mittel, die die Landesanstalt für Rundfunk in der Hand hat, gemeinsam mit den Partnern Modelle und Möglichkeiten im Zusammenhang mit der Wirtschaftlichkeit zu suchen. Wir haben flexible Lösungen in vielen Fragen, in denen die wirtschaftliche Situation für uns nachvollziehbar schwierig war, gemeinsam mit den Partnern gefunden. Es hat in vielen Fragen eine gemeinsame Lösung gegeben. Ich finde, daß solche gemeinsamen Lösungen auf der Grundlage des Gesetzes besser sind als eine Regelung, die diese Frage einseitig zugunsten der einen Säule verändert.

Lassen Sie mich noch zwei Sätze zu einem Thema sagen, das die Lokalfunkdebatte immer wieder berührt; das ist der Bürgerfunk. Meine Damen und Herren, daß eine Bestimmung zu

der Frage, wo die Sendezeiten im Bürgerfunk liegen, aufgenommen werden muß, hat etwas damit zu tun, daß das Modell als solches - ich habe es immer als Konsensmodell bezeichnet - nicht in der Lage ist, in dieser Frage einen Konsens zu finden. Ich halte das für eine der schlechtesten Lösungen. Die bisherige Praxis der Landesanstalt für Rundfunk, einen Korridor zwischen 19 und 21 Uhr als Alternative zu öffnen, wenn man sich nicht einigt, ist eine Lösung, die für alle gemeinverträglich ist. Deswegen hätte es der vorgesehenen Bestimmung nicht bedurft. Ich kann das allerdings nachvollziehen, weil alle Debatten, die man zu führen versucht hat, eine gemeinsame Position hinzubekommen, an den verschiedenen Ideologien innerhalb dieses Modells gescheitert sind. Das will ich nicht bewerten, sondern nur feststellen.

Ich denke, daß man sich seitens des Landtags noch einmal überlegen sollte, ob mit der gegenwärtigen Beschlußpraxis der Landesanstalt für Rundfunk, mit der nach meinem Eindruck bisher alle Seiten gut leben konnten, die Frage der Sendezeiten des Bürgerfunks nicht gelöst werden könnte, so daß auf diese Bestimmung verzichtet werden könnte.

Im übrigen sollten wir die unnötige Debatte über den Bürgerfunk beenden. Es gibt sehr wichtige Probleme des Zwei-Säulen-Modells; über eines haben wir gerade gesprochen. Ich bin der Auffassung, der Bürgerfunk ist konstitutiver Bestandteil dieses Gesetzes. Er wird von der Landesanstalt für Rundfunk auch so gesehen und nicht in Frage gestellt. Wir sollten das Gezerre an dieser Stelle nicht weiter fortsetzen und unsere Kraft darauf verwenden, andere wichtige Probleme dieses Gesetzes gemeinsam zu lösen. - Danke.

Johannes Kors (Bayerische Landeszentrale für neue Medien): Sehr geehrter Herr Vorsitzender! Sehr geehrte Damen und Herren! Ich gehe davon aus, daß Sie mit meiner Einladung, für die ich mich herzlich bedanke, verbinden, durch einen Modellvergleich mit dem vielfältigsten Lokalfunkkonzept eines Flächenlandes - vergleichbar mit Nordrhein-Westfalen - Antworten insbesondere zu den wirtschaftlichen Fragen zu erhalten. Aus dem Modellvergleich ergeben sich folgende Feststellungen und Empfehlungen:

Die Frage der wirtschaftlichen Tragfähigkeit und Finanzierung des lokalen Hörfunks ist sehr komplex. Es gibt kein Patentrezept, Lokalradio wirtschaftlich erfolgreich zu betreiben. Nach der Erfahrung mit mehr als einem Jahrzehnt Lokalfunk in Deutschland sind die Voraussetzungen für die Wirtschaftlichkeit von lokalem Hörfunk dennoch klar ersichtlich: unternehmerischer Erfolgswillen und Professionalität in Verbindung mit einem guten ordnungspolitischen Konzept. Überall dort, wo optimale Rahmenbedingungen und unternehmerisches Geschick gleichermaßen zusammentreffen, ist Lokalfunk wirtschaftlich tragfähig und wird auch in Zukunft erfolgreich bestehen können. Wichtiger Garant dafür ist die hohe Akzeptanz beim Hörer, weil das Interesse, etwas aus dem Nahbereich zu erfahren, sehr groß ist.

Die wirtschaftliche Lage der einzelnen Anbietergruppen und Veranstalter im privaten Hörfunk ist sehr unterschiedlich. Am profitabelsten arbeiten nach wie vor die landesweiten Hörfunkprogramme, die nach einer Untersuchung des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung im Auftrag der Landesmedienanstalten - sie wurde kürzlich in München präsentiert - 1996 einen Kostendeckungsgrad von durchschnittlich 125 % erwirtschaften konnten. Lediglich 6 von 26 Anbietern dieses Typs waren 1996 in der Verlustzone. Dagegen machte innerhalb der

Gruppe der 138 Lokalradios, die insgesamt auf einen Kostendeckungsgrad von 102 % kommen, nahezu die Hälfte aller Anbieter Verluste. Diese DIW-Untersuchung bezieht übrigens alle Hörfunkanbieter in Deutschland ein, also öffentlich-rechtliche, landesweite und lokale Sender. Das ist also die Untersuchung mit der größten Basis.

Differenziert nach Ländern, Standorten und Anbietern ist die wirtschaftliche Situation jedoch sehr unterschiedlich. Die 45 Lokalradioanbieter in Nordrhein-Westfalen haben nach der DIW-Untersuchung 1996 mit einem Kostendeckungsgrad von 96 % insgesamt zwar den Break even point nur knapp verfehlt, mehr als die Hälfte der Anbieter schreibt aber noch Verluste - bei Einnahmen von 138 Millionen DM netto und Kosten von 145 Millionen DM.

Nach mehr oder weniger starken Anlaufschwierigkeiten arbeitet der lokale Hörfunk in Bayern seit etwa fünf Jahren relativ erfolgreich. Nachdem im Jahre 1993 im Durchschnitt erstmals die Kostendeckung erreicht wurde, ist der Kostendeckungsgrad sukzessive angestiegen und betrug 1996 108 %. Erträgen von 129 Millionen DM stehen Kosten in Höhe von 119 Millionen DM gegenüber. Zwei Drittel der Stationen arbeiten bereits in der Gewinnzone. Der Wettbewerb ist dabei im bayerischen Hörfunkmarkt intensiver ausgeprägt als in Nordrhein-Westfalen: Fünf öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogrammen des Bayerischen Rundfunks, die täglich 128 Minuten Werbung ausstrahlen dürfen, also mehr als der WDR, der 90 Minuten ausstrahlen darf, stehen auf der privaten Angebotsseite die landesweite Hörfunkkette Antenne Bayern, Klassik Radio, Radio Melodie und 56 Lokalradiostationen gegenüber.

Im lokalen Bereich konkurrieren die Lokalradios mit der lokalen Tageszeitung, den lokalen Anzeigenblättern und inzwischen an den meisten Standorten mit dem lokalen Fernsehen.

Daß Wettbewerb wirtschaftlichen Erfolg nicht ausschließt, zeigt sich am Standort München sehr deutlich. Die sechs Münchener Lokalradiostationen erzielten 1996 bei Erträgen von 30,6 Millionen DM - die Zahlen, die ich hier nenne, sind durchweg Nettozahlen - und Kosten von 24,7 Millionen DM einen Kostendeckungsgrad von 124 %. Das Beispiel München verdeutlicht, daß in zahlreichen Metropolen Deutschlands, zum Beispiel auch in Köln und Düsseldorf, vorhandene Potentiale nicht ausgeschöpft und damit Chancen für Angebotsvielfalt und zusätzliche Arbeitsplätze nicht genutzt werden. Die Frage der Höhe der Potentiale und deren ökonomischen Berechnungsverfahren hat die medienpolitische Diskussion der Gründerjahre geprägt. Inzwischen liegen zahlreiche empirische Untersuchungen auf Grundlage von Unternehmensbefragungen vor, so daß auch anhand von Fakten die Chancen und Grenzen im Werbemarkt aufgezeigt werden können.

Aufgrund der vom Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft - ZAW - und vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung - DIW - empirisch ermittelten Daten für 1996 läßt sich feststellen, daß das Hörfunkwerbepotential in Nordrhein-Westfalen nicht ausgeschöpft ist. Ich weise an dieser Stelle darauf hin, daß ich jetzt einen Vergleich heranziehe, der nur auf Nettozahlen basiert. Man muß von den Bruttowerten in etwa 30 % an Rabatte, Provision und Skonti abziehen, um auf den Nettowert zu kommen. Nettowerte auch deshalb, weil ansonsten der Lokalfunk nicht hätte einbezogen werden können. Als Indikator dient das Pro-Kopf-Werbeaufkommen des Hörfunks in Deutschland. Dies betrug im Bundesdurchschnitt 1996 16 DM. Bei Nettowerbeeinnahmen von 250 Millionen DM 1996 aus öffentlich-rechtlichem Hörfunk, landesweitem Hörfunk und lokalem Hörfunk erreichte der Hörfunk in Nordrhein-

Westfalen nur ein unterdurchschnittliches Pro-Kopf-Werbeaufkommen in Höhe von 14 DM. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt ergibt sich daraus für den Hörfunk in Nordrhein-Westfalen eine um etwa 35 Millionen DM geringere Potentialausschöpfung, verglichen mit Bayern sogar um 70 Millionen DM netto.

Die Vergleichsanalyse ergibt zudem, daß das im Verhältnis geringere Erlösniveau im nordrhein-westfälischen Hörfunk insbesondere auch auf die geringere Ausschöpfung der lokalen Werbung zurückzuführen ist. Hier habe ich im Gegensatz zu Herrn Rohnke die Nettowerte für Nordrhein-Westfalen mit 4 DM und für Bayern mit 6 DM.

Eine Verbesserung der Erlössituation der Lokalradios kann deshalb vor allem im lokalen Werbemarkt erzielt werden. Voraussetzung für die Ausschöpfung der lokalen Potentiale ist jedoch, daß die Lokalität der Sender gestärkt und nicht, wie im Neunten Rundfunkänderungsgesetz vorgesehen, durch den möglichen Abbau von weiteren lokalen Sendezeiten eingeschränkt wird und in den Lokalradiounternehmen die ökonomischen Antriebskräfte freigesetzt werden, das heißt ein Management eingesetzt wird, das relativ unabhängig von sonstigen Interessen die Lokalradios auf Erfolgskurs bringen kann.

Nicht der Abbau, sondern der Aufbau von Lokalität stärkt die Vorteile des lokalen Hörfunks im Wettbewerb. Sowohl Hörerbindung als auch Kundenbindung werden durch stetige lokale Präsenz gestärkt. Dies kann aber nur funktionieren, wenn das Lokalradio eine Institution bleibt, die fest in das lokale Geschehen integriert ist. Aufgrund dieser Erkenntnis gibt es in Bayern nur noch wenige kleine Lokalradiostationen, die im Durchschnitt täglich lediglich etwa acht Stunden Lokalfunk selbst gestalten und in der restlichen Sendezeit das BLR-Zulieferprogramm übernehmen. Die überwiegende Mehrheit der Lokalradios übernimmt inzwischen überhaupt keinen Mantel, oder die Abnahme begrenzt sich auf die Übernahme der Nachrichten und das sogenannte Nachtprogramm im Zeitraum von 19 bis 6 Uhr. Damit beschränkt sich die Aufgabe des Zulieferprogramms auf eine Dienstleistungsfunktion, während die Lokalradios die aktive und gestaltende Rolle innehaben. Entsprechend sind die Kosten des Zulieferprogramms mit 6,4 Millionen DM per anno relativ gering und entziehen somit dem Lokalfunk auch nur relativ geringe Mittel aus der überregionalen Werbung.

Das Verhältnis von Lokalradio und Mantelprogramm ist ein entscheidender Faktor für die Wirtschaftlichkeit von Lokalfunk. Zwar kann bei großem Abnahmeumfang die einzelne Lokalradiostation Produktionskosten sparen. Der Vorteil reduziert sich aber in dem Maße, wie die Höhe der Kosten des Mantelprogramms die Erlösanteile der Lokalradios aus der überregionalen Werbung schmälern. Im Vergleich zu Bayern wird dem Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen auf diese Weise ein wesentlich höherer Erlösanteil aus der überregionalen Werbung entzogen.

Weitere im Verhältnis zum Lokalfunk in Bayern nicht ausgeschöpfte Einnahmepotentiale zum Beispiel aus Merchandising und Veranstaltungen - in Bayern 1996 5,6 Millionen DM - sind dagegen weniger bedeutsam.

Aufgrund der komplexen Organisationsstruktur ist es für den externen Beobachter sehr schwer zu beantworten, ob die gewünschte Verbesserung der wirtschaftlichen Transparenz zwischen Veranstaltergemeinschaft und Betriebsgesellschaft durch die in § 25 LRG NW geplante Vorschrift erreicht werden kann. Für die Einschätzung der wirtschaftlichen Situation des

lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen wäre es jedoch mindestens genauso wichtig, kontinuierlich einen allgemeinen Überblick über die ökonomische Entwicklung zu erhalten. Ein anspruchsvolles Lokalradiomodell, wie es in Nordrhein-Westfalen geschaffen wurde, bedarf der ständigen Beobachtung und Anpassung an veränderte Entwicklungen und Wettbewerbsverhältnisse. Dafür müssen Informationssysteme geschaffen werden, die der zuständigen Landesmedienanstalt eine schnelle, flexible und auf Grundlage fundierter Daten optimale Regulierungsentscheidung ermöglicht. Es wäre deshalb eine jährliche Berichtspflicht über die wirtschaftliche Situation aller Lokalradios in Form von aggregierten, gegebenenfalls anonymisierten Daten zu empfehlen.

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien hat mit der Schaffung eines solchen Informationsinstruments über die wirtschaftliche Situation der Lokalradios in Bayern gute Erfahrungen gemacht. Seit 1989 werden jährlich Erhebungen durchgeführt. Die damit gewonnenen Erkenntnisse stellen inzwischen eine unverzichtbare Grundlage für die stetige Optimierung und Fortentwicklung des Hörfunkkonzepts dar.

Bisher vorliegende Vergleichsdaten, die Sie in meiner schriftlichen Stellungnahme finden, aus der DIW-Studie zu den Kostenstrukturen des Lokalfunks zeigen, daß die Betriebskosten in Nordrhein-Westfalen deutlich höher sind als in Bayern, und zwar trotz geringerer Eigenproduktionen. Während der Personalkostenanteil in etwa die gleiche Größenordnung erreicht, liegen die Sachkosten erheblich über dem bayerischen Niveau.

Abschließend möchte ich nochmals hervorheben, daß der Lokalfunk als regionalpolitische und demokratiepolitische Chance angesehen werden kann. Die Lokalradios tragen bei zur Orientierung über das lokale Geschehen in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und können nicht zuletzt das Selbstbewußtsein einer Region und die Identifikation der Bewohner mit ihrer Region stärken. Es lohnt sich deshalb, sich stets für die Stabilisierung und Fortentwicklung des Lokalfunks einzusetzen. - Vielen Dank.

Thomas Pintzke (Geschäftsführer der Rinke Treuhand GmbH): Herr Vorsitzender! Meine Damen und Herren! Ich bin sicher eingeladen worden - das ist gelegentlich auch heute schon angesprochen worden -, weil wir im Auftrag der Landesanstalt für Rundfunk und der WAZ, der Westfunk in Essen, eine Untersuchung über die Sender gemacht haben, die mehrheitlich zur Ruhrgebietschiene gehören. Ich möchte kurz das aufgreifen, was Herr Kors und in Ansätzen auch Wolfgang Hahn-Cremer vorhin geäußert haben, und zunächst einmal feststellen, daß wir mit einem großen Schwerpunkt über wirtschaftliche Sachverhalte oder den Zustand des lokalen Hörfunks diskutieren und dies auch als Grundlage oder Orientierungsmaßstab für gesetzliche Veränderungen nehmen wollen, uns aber nach sechs oder sieben Jahren Sendebetrieb - ich glaube, wir sind jetzt sogar im achten Jahr - immer noch in der Situation befinden, eigentlich keinen qualifizierten Gesamtüberblick über die tatsächliche Situation in Nordrhein-Westfalen zu haben, sondern auf zugeliessene Informationen des BG-Verbandes zurückgreifen zu müssen. Ich will das gar nicht mit einem möglicherweise auch zu begründenden Mißtrauen verbinden und sagen, daß dies ein Defizit darstellt, sondern möchte ein bißchen über die Funktion erzählen, die unsere gutachterliche Tätigkeit innerhalb der Westfunk-Stationen entfaltet hat. Es geht nicht nur darum, Überprüfungen im Sinne einer Kontrolle vorzunehmen, sondern es geht auch darum, daß man mit solchen Untersuchungen

Impulse setzen kann, die von außen kommen und die den Beteiligten die Möglichkeit geben, sich von ihren teilweise etwas festgefahrenen Positionen zu lösen und nach Veränderungsmöglichkeiten zu suchen.

Wir haben konkrete Anhaltspunkte und Analysen für weniger als ein Dutzend nordrhein-westfälischer Stationen. Wenn ich diese Erkenntnisse zur Grundlage über Aussagen über den Stand der Wirtschaftlichkeit nehme, muß man objektiv feststellen, daß die wirtschaftliche Situation kritisch ist, allerdings bei sehr großen Unterschieden im Einzelfall, auch in diesen Einzelfällen. Es gibt durchaus Sender, die, wenn man einmal von grob 100 Millionen DM Vorlaufverlusten ausgeht, auf Marktanteile von deutlich über 10 % kommen - eine einzelne Station. Das deutet an, daß die Bewertung, wie Herr Kors es auch ausgeführt hat, sehr komplex ist, weil die Verhältnisse nicht homogen, sondern sehr heterogen sind.

Was sind die Ursachen einer insgesamt doch problematischen wirtschaftlichen Situation? Ich will drei Punkte herausgreifen. Zum ersten: Von wenigen Ausnahmen abgesehen sind eindeutig zu hohe Gesamtkosten festzustellen, Gesamtkosten, die nach unseren Erkenntnissen und auch nach den Vorschlägen, die wir gemacht haben, optimierungsfähig sind, ohne daß man die Leistungsfähigkeit der lokalen Hörfunkstation im Kern angreift, ohne daß man die Voraussetzungen nimmt, das, was das Gesetz will - und das ist sehr anspruchsvoll -, mangels ausreichender finanzieller wirtschaftlicher Mittel nicht mehr umsetzen zu können. Das ist meine persönliche Meinung.

Das zweite kostenseitige Problem ist, daß die zu hohen Kosten eigentlich auf allen Ebenen anzutreffen sind; es betrifft, wie vielleicht vermutet werden kann, bei weitem nicht nur Programmkosten, die durch die Veranstaltergemeinschaften bzw. durch die Programme verursacht werden, sondern es betrifft in nahezu gleicher Weise Kosten, die durch Betriebsgesellschaften und auch den Bereich der Servicegesellschaften verursacht werden.

Ein weiteres Problem der wirtschaftlichen Entwicklung ist eindeutig eine oftmals nicht optimale Ausschöpfung vorhandener Werbepotentiale. Dieses Phänomen taucht auch in unterschiedlichen ursächlichen Zusammenhängen auf. Oftmals ist es so, daß eindeutig Akzeptanzprobleme nachvollzogen werden können. Ich glaube, Herr Rohnke war es, der darauf aufmerksam gemacht hat, wie heterogen auch da das Bild in Nordrhein-Westfalen ist. Wir haben in der Tat Stationen, die deutlich vom Landesdurchschnitt, den ich einfach als Grundlage heranziehen möchte, nach unten hin abweichen, wir haben genauso Stationen, die deutlich über dem Landesdurchschnitt in ihren Tagesreichweiten liegen. Es muß sich natürlich niemand darüber wundern, daß Erfolg nicht eintritt, wenn hinsichtlich der Hörerakzeptanz und der Kontaktleistung, die Grundlage der Vermarktung ist, bei weitem nicht das Optimum erreicht wird.

Auch in der Vermarktung ist feststellbar, daß es sicherlich Optimierungsmöglichkeiten und -notwendigkeiten gab und gibt. Das wiederum ist ein deutliches Zeichen dafür, daß die Untersuchungen aus einem objektiven Blickwinkel regelmäßiger durchgeführt werden sollten, weil sie auch die Möglichkeit eines qualifizierten Quervergleichs bieten. Wenn ich die Historie in Bayern zurückverfolge - Herr Kors hat das angesprochen -, so hat es dort sehr früh auch in kritischen Phasen diese Untersuchungen gegeben. Sie dienten nicht nur dazu, politisch Rahmenbedingungen zu korrigieren und zu optimieren, sondern sie dienten den betroffenen

Unternehmen auch dazu, ihre Situation zu überdenken, aus dem Vergleich mit anderen Stationen Honig zu saugen und sich primär auf sich selbst zu konzentrieren.

Die Ausführungen zeigen, daß es nicht so einfach ist, etwas Qualifiziertes über den Stand der Wirtschaftlichkeit zu sagen. Genauso schwierig wird es sein, eine Prognose abzugeben, wie sich das perspektivisch weiterentwickeln kann. Ich denke, daß die Novellierung, wie sie zur Zeit vorliegt, für die wirtschaftliche Entwicklung keine substantiellen Änderungen bringt, im Detail schon, wie etwa bei der Flexibilisierung der Sendezeiten am Wochenende. Niemand aber sollte denken, daß damit ein wirklich durchgreifendes Mittel herbeigezaubert worden wäre, mit dem quasi über Nacht die Situation der Sender sich nachhaltig oder deutlich spürbar verändern läßt. Die Einsparungsmöglichkeiten durch eine solche Maßnahme sind gering. Es ist interessant, daß dieser Punkt inzwischen auch konsensfähig ist.

Viel wichtiger für die zukünftige Entwicklung wird meines Erachtens sein, ob es den Beteiligten - und damit meine ich insbesondere BG und VG - besser als bislang gelingt, aufeinander zuzugehen und auf Basis des Gesetzes, das wir haben und das sich substantiell halt auch nicht ändern wird, vor allem eine Verständigung auch über die zu vereinbarenden Ziele zu erreichen. Das ist ein wesentlicher Punkt, den wir feststellen konnten. Es gibt unklare Zielvorstellungen. Daß ein grundsätzlicher Konflikt und Interessengegensatz vorhanden sind, bedarf keiner weiteren Erläuterung. Trotzdem werden die Beteiligten nicht darum herumkommen, sich dieser Situation zu stellen und Verständigungen hierüber zu finden.

Dazu gehört als ein wesentliches Merkmal auch, daß man sich über wirtschaftliche Ziele verständigt, sich darüber austauscht, Vorstellungen entwickelt. Dann ergeben sich viele Folgeentscheidungen eigentlich schon aus einem Konsens, den man hierüber vielleicht finden kann.

Ich will kurz noch zwei Dinge anmerken. Es ist danach gefragt worden, ob die vorgesehenen Änderungen zu einer Steigerung der Transparenz führen werden. Das ist aus meiner Sicht eindeutig nicht der Fall. Es ist absolut nicht ausreichend, per Gesetz das Recht einzuräumen, einen Jahresabschluß einsehen zu können oder vorgelegt zu bekommen und damit zusammenhängende Vereinbarungen mit Dritten. Dagegen spricht allein die latente Intransparenz, die Jahresabschlüsse nun einmal haben. Das sind gesetzlich gewollte und auch notwendige Informationsinstrumente, die in der Regel aber nicht taugen, um sich über die internen Verhältnisse tatsächlich zu informieren. Dieser Mangel an Transparenz war im übrigen auch ein Merkmal, das im Rahmen unserer Untersuchungen der Ruhrgebietssender festzustellen war.

Zum Schluß noch ein Satz, weil auch darüber diskutiert wird. Ich glaube, wirtschaftliche Stabilität kann man nicht per Gesetz verordnen. Man kann auch niemanden per Gesetz zum Erfolg verdonnern. Der Gesetzgeber ist eigentlich nur aufgefordert, in punkto Rahmenbedingungen die Voraussetzungen zu schaffen, die die Beteiligten benötigen, um erfolgreich sein zu können. Erfolg ist in vielen Fällen auch eine Frage des individuellen Geschicks und der individuellen Fähigkeiten. An der Historie des lokalen Hörfunks läßt sich das - Herr Kors sprach davon, zwei Drittel der Stationen in Bayern befänden sich heute in der Gewinnzone - eindeutig nachvollziehen.

Zum zweiten möchte ich davor warnen - weil das auch im Rahmen der Gesetzesnovellierung eine Rolle spielt -, die Diskussion über die zukünftige Berücksichtigung von Anlaufverlusten auf die Spitze zu treiben. Ich glaube, daß dadurch das Konzept weiter Schaden nehmen wird, weil dies provoziert, daß man um die Frage, wer Schuld oder wer welchen Schuldanteil hat, nicht umhinkommt. Das sind allerdings nicht die Fragen, die sich für die Zukunft stellen. Vielmehr muß für die Zukunft gefragt werden, wie man aus einer momentan nicht zufriedenstellenden Situation herauskommen kann. Es geht nicht um Vergangenheitsbewältigung. - Danke.

Rainer Hesels (Deutscher Gewerkschaftsbund, Landesbezirk Nordrhein-Westfalen): Herr Vorsitzender! Meine Damen und Herren! Lassen Sie mich mit einem Rückgriff auf die von Herrn Dr. Becker bereits angesprochene Landtagsdrucksache 12/2117 der Koalitionsfraktionen vom 11. Juni des vergangenen Jahres beginnen. Dort werden zwei aus meiner Sicht handlungsleitende Aussagen von großer Bedeutung getroffen, die auch durch die bisherige Anhörung bestätigt sind. Die erste lautet - ich zitiere -:

Generelle Aussagen über die wirtschaftliche Situation des Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen sind nach wie vor schwer zu treffen.

Und die zweite:

Wer im Zwei-Säulen-Modell vorwiegend danach fragt, durch welche wirtschaftlich orientierten Entscheidungen die Finanzsituation bei den Lokalstationen verbessert kann, darf nicht die unmittelbaren Abhängigkeiten zwischen der wirtschaftlichen Situation eines Lokalsenders und programmlichen Fragen verkennen.

Das Beispiel Bayern macht, wie ich glaube, die Berechtigung dieser zweiten Aussage deutlich.

Im übrigen ist - das möchte ich grundsätzlich feststellen - die notwendige Diskussion über die wirtschaftliche Situation des Lokalfunks einer zusätzlichen bisher weniger behandelten Differenzierungsnotwendigkeit zu unterziehen.

Meine Damen und Herren, bereits bei der Festlegung der Verbreitungsgebiete, ja schon zuvor war allen Experten klar, daß nicht jeder Lokalsender wirtschaftlich leistungsfähig sein wird. Die von den Gewerkschaften damals erstellte Prognose ging von 10 bis 15 Stationen aus, die aus sich heraus diese Anforderung nicht erfüllen können. Vor diesem Hintergrund war die Entscheidung für insgesamt 46 Verbreitungsgebiete ein vom Gesetzgeber gewollter und - das ist wichtig - von den Tageszeitungsverlegern auch akzeptierter Kompromiß zwischen zwei Eckpfeilern, nämlich einerseits größtmöglicher Lokalität und andererseits der Garantie des Verlegerprinzips. Über diesen Aspekt ist heute nicht gesprochen worden.

Das aber bedeutet zugleich: Teil dieses Kompromisses war und ist zumindest strukturell ein innerer Finanzausgleich zwischen gewinnbringenden und defizitären Stationen großer Verlags-häuser. Würde man dieses Thema, was Realität war, tatsächlich in die Praxis überführt haben, würde sich das Problem, das sich heute wirtschaftlich stellt, zumindest relativieren.

Zweiter Punkt: Wie bereits deutlich geworden ist, sind die Erlöspotentiale des Lokalfunks offenkundig nicht ausgeschöpft. Der Umkehrschluß liegt nahe: Zwischen bestehenden wirtschaftlichen Problemen, die grundsätzlich nicht bestritten werden, auch nicht von mir bestritten werden, und selbstverantworteten Aktivitätsdefiziten besteht ein innerer Zusammenhang. Dieser kann nicht der Konstruktion des Zwei-Säulen-Modells angelastet werden. Man könnte umgekehrt sagen: Ein besseres unternehmerisches Verhalten wäre identisch mit höherer Wirtschaftlichkeit und geringeren wirtschaftlichen Problemen.

Drittens: Das sogenannte Verlegerprivileg, das konstitutiver Bestandteil dieses Gesetzes ist, fordert objektiv die Betriebsgesellschaften nicht unmittelbar zu marktwirtschaftlichem Verhalten auf. Der Kampf um die lokalen Werbemärkte findet in Nordrhein-Westfalen strukturbedingt nur in begrenzter Form statt. Das Ergebnis wirkt sich zwangsläufig positiv auf die Bilanzen der Tageszeitungen und tendenziell negativ auf die Erlössituation des Lokalfunks aus. Das ist eine Tatsache. Selbst wenn, wie von meinem Vorredner als Möglichkeit und auch Realität beschrieben, eine Betriebsgesellschaft unprofessionell und unwirtschaftlich arbeitet, selbst wenn sie eine nur unzureichende Dienstleistung erbringt oder im Interesse ihrer Zeitungen mögliche Einnahmepotentiale nicht ausschöpft, bleibt die Veranstaltergemeinschaft auf sie angewiesen. Ich denke, diese Momente müssen bei der Diskussion über die Wirtschaftlichkeit und damit verbundene Konsequenzen einbezogen werden.

Zur Frage der Transparenz! Hier stellt die bereits zitierte Drucksache der Koalitionsfraktionen fest:

Ohne weitgehende Transparenz ist eine Bewertung der wirtschaftlichen Situation im Lokalfunk nur bedingt möglich.

Es ist eindeutig, daß diese Aussage ebenfalls den Kern trifft. Die Landesregierung hat den Versuch unternommen, aus den damit verbundenen Anforderungen Konsequenzen zu ziehen, und in § 25 Abs. 4 Satz 6 einen konkreten Novellierungsvorschlag unterbreitet. Diese Konkretisierung ist gut gemeint und mag in ihrer Absicht auch begrüßt werden. Die Realität allerdings - das hat Herr Pintzke zu Recht ausgeführt - lautet: Die bestehenden Praxisdefizite werden damit nicht beseitigt. Wirkliche Transparenz kommt auf diesem Weg nicht zustande und ist möglicherweise - das will ich konzedieren - rechtlich auch nicht einzuklagen und durchsetzbar.

Statt dessen wird über die vorgeschlagene Novellierung von § 25 Abs. 4 Satz 1 - da stimme ich Herrn Hahn-Cremer zu - das Zwei-Säulen-Modell wenn auch nicht formal, so doch tatsächlich in Frage gestellt. Aus meiner Sicht ist dieser Zusatz das systembedingt wichtigste Moment des Gesetzentwurfs überhaupt.

Ich stimme Herrn Hahn-Cremer außerdem ausdrücklich zu, wenn er sagt: Was wie eine überflüssige Klarstellung von Selbstverständlichkeiten klingt, ist in Wirklichkeit etwas anderes. Aus meiner Sicht ist es sowohl system- als auch sinnwidrig, der Veranstaltergemeinschaft die wirtschaftliche Verantwortung für Bereiche aufzubürden, auf deren Kosten- und Ertragsstrukturen sie nicht den geringsten Einfluß besitzt. Sie kann nicht einmal die Wirtschaftlichkeit der von Dritten geleisteten Arbeit beurteilen, und sie besitzt keinerlei Möglichkeit, auf dem freien Markt nach preisgünstigeren, eventuell sogar besseren Anbietern zu suchen.

Vor diesem Hintergrund bleibt aus meiner Sicht nur eine Alternative: Den Veranstaltergemeinschaften wird tatsächlich zusätzliche wirtschaftliche Verantwortung übergeben. Dann allerdings müssen sie frei wirtschaften können, und dies schließt dann gegebenenfalls auch ein aggressives Auftreten auf den örtlichen Werbemärkten unmittelbar ein, was dann auch Konsequenzen auf die Etats der Tageszeitungen hat. Ich füge hinzu: Dieser Weg sollte nicht beschritten werden. Wenn man ihn allerdings nicht beschreiten will, dann muß man es auch dabei belassen, daß die Verantwortung der VG auf den Wirtschafts- und Stellenplan auf die Basis des geltenden Gesetzes beschränkt bleiben muß.

Meine Damen und Herren, im Zusammenhang mit der bisherigen bzw. künftigen Ausschöpfung des Werbepotentials ist sowohl von Herrn Dr. Becker als auch von Herrn Gläsmann auf die eingetretenen Reichweitenverluste hingewiesen worden, die nicht bestritten werden können. Allerdings ist die noch zu Beginn des vergangenen Jahres vorausgesagte katastrophale Entwicklung der Reichweiten ausgeblieben. Das Minus des vergangenen Jahres hat sich auf 1 % belaufen.

Derzeit sind die Werte identisch mit denen der Jahre 1992/93, also, wie Herr Rohnke ausgeführt hat, der Phase nach Beendigung des Aufbaus des Lokalfunks. Wenn ca. 25 % als Basis für wirtschaftlichen Betrieb nicht ausreichen, dann wird aus meiner Sicht die Frage nach der Wirtschaftlichkeit von Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen gestellt. Nationale und internationale Erfahrungen scheinen mir die Schlußfolgerung nahezu legen, daß 25 % durchaus als Schnitt ausreichen müssen, um die Wirtschaftlichkeit von Lokalfunk gewährleisten zu können.

Im übrigen ist der Hinweis darauf, daß die Programmstrukturreform des WDR eine nicht absehbare völlig neue Situation für den Lokalfunk geschaffen habe, aus meiner Sicht falsch. Die Feststellung, es gebe fünf formatierte WDR-Programme, stimmt mit der Wirklichkeit objektiv nicht überein. Wenn man in diesem Zusammenhang überhaupt von formatierten Programmen sprechen will, dann sind es zunächst einmal drei, nämlich die Programme 1, 2 und 4; von diesen wurden übrigens bereits im Jahre 1990 ähnliche Zielgruppen angesprochen, wie das derzeit der Fall ist. Der Unterschied zu 1990 besteht im wesentlichen darin, daß die Programme besser und damit erfolgreicher geworden sind.

Sehr viel haariger als die generelle Reichweitenentwicklung auf Landesebene ist objektiv die Situation in einzelnen Lokalstationen. Es ist überhaupt keine Frage, daß es Stationen gibt, die mit weniger als 10 % wirtschaftlich nicht mehr betrieben werden können. Es muß dann allerdings die Frage gestellt werden, woraus die so unterschiedliche Entwicklung im Vergleich zum Landesdurchschnitt erklärt wird. In diesen Städten ist natürlich auch durch eine verbesserte Ausschöpfung lokaler Werbemärkte das Problem der Wirtschaftlichkeit nicht lösbar. Wahrscheinlich ist in diesen Fällen nur mit einer innovativen lokalen Programmoffensive die notwendige Trendwende möglich. Die darf dann allerdings nicht durch die Übernahme des Novellierungsvorschlags zu § 25 Abs. 4 unmöglich gemacht werden.

Ich komme zum Schluß. Ich bin der Auffassung, daß im Bereich des Lokalfunks in den letzten anderthalb Jahren sinnvolle und notwendige Strukturreformmaßnahmen ergriffen worden sind. Ich bin zuversichtlich, daß sie in den kommenden Monaten greifen werden. Wenn sie auch auf lokaler Ebene intendiert sind und in Praxis übersetzt werden, ist mir um die wirtschaftliche Zukunft des Lokalfunks auf der Basis des geltenden Gesetzes in der Struktur nicht bange.

Dr. Dieter Hoff (Westdeutscher Rundfunk Köln): Herr Vorsitzender! Meine sehr verehrten Damen und Herren! Zunächst möchte ich den Dank des WDR aussprechen, daß wir Gelegenheit haben, eine Stellungnahme auch zu Fragen des Lokalfunks abzugeben, möchte in einem Satz auch den Vorsitzenden und die Mitglieder des Hauptausschusses darauf hinweisen, daß es eine weitere Stellungnahme zu Änderungen des Landesrundfunkgesetzes gibt, die wir in Ihre Überlegungen und Beratungen einzubeziehen bitten. Diese können aber nicht Gegenstand der Anhörung heute sein.

Der WDR steht - das haben wir mehrfach geäußert, und das ist so - zum dualen Hörfunksystem in Nordrhein-Westfalen, also zu dem Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und landesweitem Hörfunk und privatem Lokalfunk, wie er sich in Nordrhein-Westfalen, wie wir denken, mit Erfolg entwickelt hat.

Zu Fragen von angeblichen Formatierungen der WDR-Programme, der entsprechenden Veränderungen und Anpassungen möchte ich mich insofern nicht äußern, weil der Hörfunkdirektor des WDR in einer Anhörung am 17. April 1997 in gleichem Kreis unter dem Thema "Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen stärken" sich hierzu schon mündlich und schriftlich geäußert hat. Wir halten jedenfalls dieses System im Vergleich zu allen anderen Bundesländern für ein beispielhaftes Angebot der Radiokultur an das Publikum. Aus der Sicht des WDR lohnt es sich sehr, dieses System zu erhalten, es zu fördern und auch im Zusammenhang mit neuen Verbreitungstechnologien weiterzuentwickeln.

Der WDR hat seinen Beitrag dazu geleistet, den Staat und die Konsolidierung des lokalen Rundfunks in Nordrhein-Westfalen zu erleichtern. Das gilt insbesondere auch im Bereich der Ausstrahlung, so daß die UKW-Ausstrahlung des lokalen Hörfunks insgesamt als gut und als ein solides Fundament bezeichnet werden kann. Auch dazu liegt Ihnen eine mündliche und schriftliche Aussage meinerseits in der genannten Anhörung am 17. April 1997 vor.

Wir denken auch, daß die vorgesehene Neuregelung des § 24 LRG NW einen wirtschaftlich leistungsfähigen lokalen Hörfunk gewährleisten kann und damit dem Ziel dient, das sich in Nordrhein-Westfalen ergänzende duale Hörfunksystem zu sichern und weiter auszubauen. Mit den vorgenommenen Veränderungen dürfte es auch möglich sein, parallel zur UKW-Versorgung einen behutsamen Einstieg in eine neue Verbreitungstechnologie zu ermöglichen, ohne dieses im Interesse aller Beteiligten austarierte Hörfunksystem in seiner Substanz zu gefährden.

Zum Fragenkatalog der SPD, der CDU und der GRÜNEN möchten wir uns, da es sich um detaillierte Fragen zur Wirtschaftlichkeit des Lokalfunks handelt, im einzelnen nicht äußern, da wir nicht unmittelbar betroffen sind. Wir begrüßen aber, daß in einer weiteren Runde auch für den WDR Gelegenheit besteht, sich zu den Fragen der Technologieentwicklung im Hörfunk zu äußern. - Ich bedanke mich.

Prof. Dr. Ulrich Pätzold (Deutscher Journalisten-Verband e. V., Landesverband Nordrhein-Westfalen): Herr Vorsitzender! Meine Damen und Herren! Das meiste, was ich im Namen des DJV hier einbringen kann, ist, soweit es die Analyse des Lokalfunks angeht, gesagt worden. Ich möchte auf die Beiträge von Herrn Hesels, von Herrn Kors, von Herrn Rohnke und von Herrn Hahn-Cremer verweisen. Alle diese Beiträge machen eines deutlich:

daß die Probleme, die wir zur Zeit im Lokalfunk haben, in erster Linie so gestaltet sind, daß wir die Möglichkeiten des Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen zu wenig nutzen, und zwar sowohl in programmlicher als auch vor allem in wirtschaftlicher Hinsicht.

Wenn wir über die Wirtschaftlichkeit von Lokalfunk reden, so halten wir es als DJV für falsch, in der Novellierung nach einem Ansatz zu suchen, wie wir das derzeitige Wirtschaften im Lokalfunk gegebenenfalls etwas entlasten können. Insofern die Novellierung diesem Ansatz folgt, lehnt der DJV die Gesetzesänderungen ab.

Erfolg oder Mißerfolg - dies ist heute schon des öfteren gesagt worden - der Lokalfunkprogramme hängen ursächlich in hohem Maße von lokaljournalistischen Leistungen ab. Ihre Akzeptanz entscheidet über den publizistischen Wert des Lokalfunks, aber eben auch und vor allem über seine Wirtschaftlichkeit. Insofern macht es wenig Sinn, mit der Novellierung Möglichkeiten zu eröffnen, die zu Lasten und zu Kosten des lokalen Programms gehen. Unseres Erachtens müßte die Novellierung genau umgekehrt den Ansatz aufzunehmen versuchen, das Lokale im Lokalfunk zu stärken, um auf diese Weise auch die Wirtschaftlichkeit des Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen, ähnlich wie es in anderen Bundesländern und vor allen Dingen auch im Ausland zu beobachten ist, auf eine bessere Basis zu stellen.

Zu diesem Ergebnis kommt man nicht nur aus Betrachtung des Werbemarktes, sondern dieses Ergebnis bietet sich auch an, wenn man sich die GfK-Daten der letzten Jahre und vor allem auch die Interpretation dieser Daten durch die GfK anschaut. Wir haben in Nordrhein-Westfalen die Situation, daß der Lokalfunk konkurrenzfrei arbeiten kann, sich also nur und ausschließlich durch lokaljournalistische Profile in der Hörfunklandschaft wirtschaftlich durchsetzen kann.

Im Einzelfall - auch dies ist heute schon mehrfach gesagt worden - wird man mit Sicherheit genau hinsehen müssen, woher die Wirtschaftlichkeitsprobleme im Lokalen stammen. Die Novellierung, um eine höhere Transparenz zu erreichen, greift insofern zu kurz, als die wesentlichen Geschäfte der Lokalen heute nicht in der Rechnung der BG offen auftauchen, sondern meistens versteckt sind, zum Beispiel in den Ziffern und Zahlen der Servicegesellschaften. Es ist klar, daß die Vereinbarungen mit Dritten noch keine hinreichende Gewähr sind, daß man auch herausbekommt, was das Ergebnis der Vereinbarungen ist.

Wir sind der Meinung, daß eine Novellierung, wenn sie sich denn auf das Lokalfunkmodell der zwei Säulen bezieht, das Ziel haben muß, die lokalen Anteile im Lokalfunk zu stärken, weniger Transparenzbarrieren in der Zusammenarbeit zwischen BG und VG zu schaffen und umgekehrt mehr Anreize für Konsenslösungen im Verhalten und in den Verhandlungen zwischen VG und BG aufzuzeigen.

Die Novellierung schreibt im Grunde eine Spiralentwicklung fort, weil sie in der Tradition auch der früheren Novellierungen fortschreitet, nämlich das Lokale im Lokalfunk zu schwächen und die Wirtschaftlichkeit in den Vordergrund zu rücken und diese Wirtschaftlichkeit von der Landesebene her zu erschließen. Es geht also letztendlich darum, wie wir ein erfolgreiches Rahmenprogramm machen können, um damit zu alimentieren, was in den Lokalstationen geschieht. Eigentlich müßte es andersherum gehen: daß das Lokale das wirtschaftliche Rückgrat des Lokalfunks bildet und die Möglichkeiten des Rahmenprogramms zur Mitfinanzierung der lokalen Programme nicht in den Vordergrund kommen.

Zusammengefaßt: Von Nordrhein-Westfalen lernen können nach wie vor auch die anderen Bundesländer. Das Zwei-Säulen-Modell ist ein ordnungspolitisches Modell mit sehr großem Vorzeigecharakter. Es wäre gut, wenn in anderen Bundesländern die Entwicklung auch in dieser Richtung vollzogen würde. Umgekehrt gilt aber auch: Nordrhein-Westfalen sollte mehr, als es bisher erkennbar ist, aus anderen Bundesländern lernen, vor allem aus Bayern; denn in anderen Ländern wird vorgemacht, wie man wirtschaftlich einen erfolgreichen Lokalfunk machen kann. Ich denke, es gibt auch in diesem Land genug Sachverstand, um diesen Erfolg in einem höheren Maße, als es bisher der Fall gewesen ist, zu realisieren.

Klaus Eberz (Verband Lokaler Rundfunk): Herr Vorsitzender! Meine Damen und Herren! Herzlichen Dank dafür, daß Sie uns die Möglichkeit geben, Ihnen unsere Auffassung zu den Novellierungsvorschlägen zu unterbreiten. Unsere Stellungnahme liegt Ihnen schriftlich vor. Deswegen will ich mich hier nur zu den Vorhaben äußern, die wir nicht mittragen können.

§ 24 Abs. 4 b: Würde der vorgesehene Satz eingefügt, könnten sich die Bürgerfunkgruppen nach Auskunft der LfR in der letzten Lokalfunkausschußsitzung tagsüber in Sendeplätze einklagen. Die Folge wäre ein Flickerteppich, ein Programm, welches nicht mehr durchhörbar wäre. Ein Teasen der Programmteile wäre nicht mehr möglich, was einen großen Wettbewerbsnachteil mit sich brächte.

Was noch schlimmer wiegt: Unser Rahmenprogrammanbieter könnte kein gesponsertes Gewinnspiel mehr flächendeckend durchführen. Enorme Umsatz- und Imageverluste wären die Folge. Dies ist vom Gesetzgeber sicherlich nicht gewollt. Wir würden es daher begrüßen, wenn der Gesetzgeber einen einheitlichen Zeitkorridor von zum Beispiel 19 bis 21 Uhr für den Bürgerfunk beschließen würde. Wir hätten dann keinerlei Diskussionen mehr über Sendezeiten und endlich Ruhe an dieser Front.

§ 25 Satz 4: "Die veranschlagten Aufwendungen dürfen die Erträge nicht übersteigen." An sich ein sehr vernünftiger Satz, wie man meinen könnte. Doch bei näherem Hinsehen führt dieser Satz dauerhaft und strukturell zur Verschiebung der Statik des Zwei-Säulen-Modells zugunsten der BG. Die zwingende Bindung der Aufwendungen an die von der Betriebsgesellschaft prognostizierten Erträge würde diesen Abstimmungsprozeß einseitig zugunsten der BG aufheben und der LfR ihrer im Gesetz vorgesehenen Schlichtungsfunktion die Grundlage entziehen. Über die einseitige Definition des VG-Haushalts durch die BG nähme die BG unmittelbaren Einfluß auf die Programmgestaltung. Diese Rolle steht ihr nach den Bestimmungen des Landesrundfunkgesetzes nicht zu.

Dabei muß man wissen, daß der größte Teil der Aufwendungen im VG-Etat kurz- oder mittelfristig nicht veränderbar ist. Zu nennen wären hier Miet-, Sender- und Leitungskosten sowie Beiträge an Verwertungsgesellschaften usw. Kurzfristig disponibel sind im VG-Etat nur die Aufwendungen für freie und festangestellte Mitarbeiter. Im Klartext heißt das: Prognostizierte Erträge führen zur Entlassung konkreter Menschen. Ob die Ertragspositionen im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres auch eintreten, steht auf einem ganz anderen Blatt. "Hire and fire" hieße die neue Maxime der Personalpolitik im Lokalfunk. Auch als Arbeitgeber im NRW-Lokalfunk auf der Programmseite können wir einer solchen Regelung auf keinen Fall zustimmen.

Wie manche Leute bei der Einkommensteuer ein gewaltiges Potential an Gestaltungsmöglichkeiten entwickelt haben, haben auch die BGs hier ihre Interessen wahrgenommen. Die Funktion der Servicegesellschaften wirkt bei den Einnahmen wie ein Staubsauger. Wie soll sich eine VG vor überzogenen Positionen im Haushalt der BG wehren? Die BG kann Kosten produzieren, wie sie mag. Ob sie gerechtfertigt sind oder nicht, steht auf einem anderen Blatt. Und wer schützt die VG vor einer BG, die ihre Chancen am Markt nicht wahrnimmt, vielleicht auch gar nicht wahrnehmen will, um ihre Printmedien vor Ort zu schützen? Warum sind die Vertriebs- und Verwaltungskosten hier in Nordrhein-Westfalen soviel höher als in Bayern? Und man darf auch fragen, warum in Bayern trotz geringerer Kaufkraft das Werbeaufkommen höher liegt als in Nordrhein-Westfalen. Warum wird der Anteil der Regionalwerbung, die für den einzelnen Sender natürlich weniger einbringt, immer höher? Schützt man hier den örtlichen Markt?

Ich glaube, man muß sehen, daß die Verluste, die heute so beklagt werden, zum großen Teil auch selbst verschuldet sind. Wie gesagt: Die Gestaltungsmöglichkeiten sind groß. Manchmal ist es auch Inkompetenz, die zu Verwerfungen führt. Im übrigen wird niemand gezwungen, eine BG im Sendegebiet zu unterhalten. Die Verleger haben lediglich das Privileg, sich als erste zu beteiligen, mehr nicht.

Ulrich Zucht (Landesverband Bürgerfunk Nordrhein-Westfalen): Sehr geehrter Herr Vorsitzender! Meine lieben Damen und Herren! Ich möchte mich auch zunächst einmal bedanken, daß wir die Möglichkeit bekommen haben, hier als Landesverband zu der geplanten Novellierung des Landesrundfunkgesetzes Stellung zu nehmen.

Ich habe mir vor dieser Anhörung schon überlegt, wie ich es denn hinbekomme, nach soviel Wort noch einmal Ihre Aufmerksamkeit zu erringen.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Einmal durch die Aufmerksamkeit des Vorsitzenden und zum anderen durch die Klugheit Ihrer Worte.

(Heiterkeit)

Ulrich Zucht: Dann will ich versuchen, so klug wie möglich zu sein, und mit einem drastischen Bild Ihre Aufmerksamkeit an mich ziehen: Beim Bürgerfunk ist es manchmal so wie mit den Indianern in der amerikanischen Geschichte. Die müssen nicht nur bei jeder Unbill sozusagen als Sündenbock herhalten, sondern sie haben leider auch den Nachteil, daß sie ihr Lebensrecht, ihre Möglichkeit zu agieren jedesmal neu beweisen müssen, und das, obwohl der Gesetzgeber - ich denke, daß es auch weiterhin so gewollt ist - den Bürgerfunk als integralen Bestandteil des Lokalfunks begreift. Lobend muß man hervorheben, daß die Einrichtung des Bürgerfunks im Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen ein Modell geschaffen hat, das einmalig in der Bundesrepublik ist. Es ermöglicht den Bürgerinnen und Bürgern, a) flächendeckend Hörfunk zu machen und b) Medienkompetenz zu vermitteln. Leider sind auch bei der jetzigen Novellierung die Belange des Bürgerfunks nicht ausreichend berücksichtigt worden. Ich will das an drei Punkten festmachen.

Erstens: die Sendemenge, die der Bürgerfunk hat. Durch die geplante Reduzierung des lokalen Anteils ist durch die 15-%-Regelung auch der Bürgerfunk betroffen. Der Gesetzgeber hat bei der Novellierung eine Formulierung eingeplant, die da heißt: Der Bürgerfunk sollte mindestens 45 Minuten täglich an Sendemenge bekommen. - Das ist auf der Grundlage des Status quo weniger, als der Bürgerfunk im Augenblick an Sendemenge hat. Bei einem Acht-Stunden-Sender sind es 74 Minuten, bei einem Fünf-Stunden-Sender 46 Minuten Bürgerfunk. Das heißt, die neue Regel wäre eher eine Verschlechterung. Zieht man dabei in Betracht, daß die Nutzung des Offenen Kanals im lokalen Rundfunk stetig zugenommen hat und in gleichem Maße die Bereitschaft der Veranstaltergemeinschaften abgenommen hat, dem Bürgerfunk nicht mehr als das gesetzliche Mindestmaß an Sendezeit zur Verfügung zu stellen, so muß der Gesetzgeber dem Bürgerfunk eine wesentlich größere Sendemenge als die genannten 45 Minuten zur Verfügung stellen, nach Ansicht unseres Landesverbandes täglich zwei Stunden. Die sollten im Gesetz stehen. Damit wäre auch die Diskussion um den Bürgerfunk an diesem Punkt beendet.

Ähnlich ist es mit der Auseinandersetzung um die Sendezeit des Bürgerfunks, obwohl ich glaube, daß hier noch am ehesten ein Kompromiß möglich ist; das schließe ich aus den Wortbeiträgen von Herrn Becker oder auch von Herrn Hahn-Cremer. Auch der Gesetzgeber hat auf die Schwierigkeiten, die durch die Reduzierungsmöglichkeit des Lokalsenders gegeben sind, Rücksicht genommen, nämlich durch eine Formulierung, die da heißt: Innerhalb oder in unmittelbarem Zusammenhang für redaktionelle lokale Wortbeiträge vorgesehene Sendezeit sollte der Bürgerfunk stehen. Schon heute ist es allerdings so, daß in einzelnen Verbreitungsgebieten die redaktionellen Wortbeiträge in der Zeit bis 20 Uhr ausgestrahlt werden, was dann zur Folge hätte, daß der Bürgerfunk nach 20 Uhr gesendet werden müßte und damit so gut wie keine Hörerinnen und Hörer mehr erreichen würde. Unser Vorschlag wäre, eine Formulierung zu schaffen, die konkreter ist und in etwa lautet: Programmbeiträge des Bürgerfunks sollten im Block und spätestens mit Beginn der nach 18 Uhr folgenden Sendestunde ausgestrahlt werden. Das würde dem Status quo Rechnung tragen; denn in den meisten Verbreitungsgebieten wird der Bürgerfunk genau in dieser Zeit ausgestrahlt.

Leider muß ich auch auf die finanzielle Situation des Bürgerfunks eingehen. Sie ist wie auch schon bei der letzten Novellierung diesmal wieder nicht berücksichtigt worden. Konkret geht es um § 26 Abs. 6 - Produktionshilfe. Bei der Produktionshilfe geht es um eine Regelung, die es den anerkannten Radiowerkstätten der LfR ermöglicht, die ehrenamtlichen Programmbeiträge mit zu unterstützen. Es ist im Augenblick so, daß die VGen die Möglichkeit haben, diese Produktionshilfe zu gewähren. Sie haben aber auch die Möglichkeit, für Produktionshilfe die Erstattung einer Selbstkostenpauschale zu erheben. Durch die Streichung des § 24 Abs. 6, was den VGen die Möglichkeit nehmen würde, den Selbstkostenbeitrag zu erheben, würde man zu einem Status kommen, der dem entspricht, was die Radiowerkstätten heute schon machen, nämlich den Nutzergruppen kostenlos Produktionshilfe zu gewähren. Damit hätte man eine gleichgewichtige Partnerschaft, in der die örtliche VG und die örtlichen Bürgerfunkgruppen bzw. Radiowerkstätten aushandeln könnten, wie die geleistete Arbeit honoriert wird.

Zum Schluß vielleicht noch etwas zur Förderung des Bürgerfunks durch die Landesanstalt für Rundfunk. Im Augenblick ist es so, daß die Landesanstalt für Rundfunk eine Minutenförderung für Bürgerfunkbeiträge vorsieht, die bisher allerdings nicht aufgestockt worden ist,

obwohl ich gehört habe, daß das jetzt vielleicht passieren soll. Die Nichtaufstockung hat zur Folge - da immer mehr Bürgerfunkbeiträge produziert werden -, daß die Pauschale stetig sinkt. Viel gravierender finde ich allerdings, daß es keine qualitative Bürgerfunkförderung gibt. Die jetzige ist eine reine Minutenförderung. Unseres Erachtens sollten die beiden Säulen der Finanzierung ausgebaut bzw. installiert werden. Das hieße, daß es im Haushalt der LfR oder des Landes für eine qualitative Bürgerfunkförderung einen Topf gibt und daß die Minutenförderung den gesteigerten Sendeminuten angepaßt wird, so daß der gedeckelte Topf nicht immer stetig sinkende Einzelförderungen ausschüttet.

Gestatten Sie mir noch eine Bemerkung: Im Augenblick ist es etwas paradox, daß die Bürgerfunkvertreter in den Veranstaltergemeinschaften Personen sein müssen, die selbst keinen Bürgerfunk produzieren. Es wäre unseres Erachtens sinnvoll, eine Ausnahmeregelung zu schaffen, daß nämlich die Bürgerfunkvertreter in den Veranstaltergemeinschaften Bürgerfunkbeiträge produzieren dürfen, damit sie wirkliche Vertreter des Bürgerfunks sind. - Ich bedanke mich bei Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Ich danke allen Sachverständigen für ihre Beiträge. - Wir treten jetzt in die Erörterung ein. Zunächst hat Frau Abgeordnete Hieronymi das Wort.

Ruth Hieronymi (CDU): Ich habe zwei Fragen, erstens zur Ausschöpfung der Werbepotentiale. Ich teile nicht die Meinung von Herrn Rohnke, daß man den Werbemarkt in Hamburg mit einer flächendeckenden Versorgung in Nordrhein-Westfalen vergleichen kann. Aber ich wüßte trotzdem gern, wie die Vergleichsrechnung, die er aufgestellt hat, aus der Sicht des Verbandes der Betriebsgesellschaften in Nordrhein-Westfalen beurteilt wird. Das ist eine Frage an Herrn Becker.

Die zweite Frage richtet sich an Herrn Kors und betrifft das bayerische Vorbild. Sie haben klare Aussagen zur Verbesserung der Erlössituation und zur Stärkung der lokalen Präsenz gemacht. Zur Stärkung des Lokalen haben Sie auf zwei Elemente abgestellt, einmal die Frage der Sendezeit und zum anderen die Freisetzung der ökonomischen Antriebskräfte im System. Ich wüßte von Ihnen gern, ob Sie zum letzteren, zur notwendigen Freisetzung und Stärkung der ökonomischen Antriebskräfte, die in der Novellierung vorgeschlagenen Maßnahmen für ausreichend halten, welche Ihnen besonders wichtig erscheinen, um dieses Ziel zu erreichen, und ob es ein Element, eine Maßnahme gibt, die Ihnen über den Rahmen dieser Novellierung hinaus besonders wichtig erscheint, um das von Ihnen angepeilte Ziel zu erreichen.

Karin Jung (SPD): Ich möchte gern, daß Herr Becker etwas zu der Einstellung der BGs zu den Dingen ausführt, die sich in Bayern entwickeln. Sie haben sehr auf die Zurücknahme der lokalen Sendezeit gedrängt, müssen selbst aber doch auch beobachten, daß erfolgreicher Lokalfunk praktisch darin besteht, daß die Sendezeiten ausgeweitet werden, in Bayern eben mit mehreren Sendern, die um den Markt kämpfen. Wie stellen Sie sich zu dieser Entwicklung in Bayern?

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Wenn ich darf, möchte ich in diesem Zusammenhang eine ergänzende Frage stellen: Wie schätzen die Zeitungsverleger in Nordrhein-Westfalen das Prinzip des Lokalen als eine der dynamischen Antriebskräfte für Kreativität und Ausschöpfung der Potentiale - so habe ich das als Laie verstanden - ein?

Karin Jung (SPD): Dann möchte ich gern noch etwas zur Kostenstruktur fragen. Ich glaube, wir müssen uns darin noch einmal vertiefen. Es war die etwas provokante Aussage von Herrn Kors zu hören, das bayerische Rahmenprogramm koste 6,4 Millionen DM. Ich würde gern wissen, was das nordrhein-westfälische Rahmenprogramm kostet.

Dann eine Frage an Herrn Pintzke zu den Kostenstrukturen in den Sendern. Sie haben sehr vorsichtige Andeutungen gemacht. Im Gesetz findet sich nach wie vor eine Formulierung: Es wird ein Wirtschafts- und Stellenplan aufgestellt, in dem die Erträge und Aufwendungen einzustellen sind. Sie haben die WAZ-Gruppe untersucht. Sie sollen keine Details über irgendwelche Sender sagen, aber mich interessiert, wie die Kostenstruktur eigentlich aussieht. Bei den Gesprächen, die ich geführt habe, kam es mir manchmal so vor, daß die Kosten des Betriebs eines Senders genauso hoch sind wie das Drumherum, was ja eigentlich, wenn man die Servicegesellschaften einrechnet, nicht der Fall sein dürfte. Wenn man eine Servicegesellschaft hat, müßte man geringere Betriebskosten haben, weil man sich im Querverbund helfen kann. Es kann ja nicht sein, daß die Betriebsaufwendungen, die im wesentlichen die BG hat, die Höhe der Kosten erreichen, die der Sender selbst braucht, um auf Sendung zu sein. Wie sieht vernünftigerweise dieses Verhältnis aus?

Roland Appel (GRÜNE): Ich hätte gern Herrn Eberz und Herrn Gläsmann gefragt, was sie zu dem bayerischen Argument sagen, daß die örtlichen Werbeeinnahmen nicht ausgeschöpft sind.

Von Herrn Eberz habe ich gehört, er befürchte, die Bürgerfunger könnten das Tableau des Zeitschemas durcheinanderbringen. Da würde mich von den beiden Angesprochenen interessieren, inwieweit es seitens der lokalen Rundfunkanbieter bisher gelungen ist, sich mit radio NRW auf gemeinsame Sendeplätze und Sendezeiten zu einigen und dafür zu sorgen, daß die Zuhörer, wenn sie von Gelsenkirchen nach Dortmund fahren, zu bestimmten Zeiten entweder radio NRW oder die lokale Berichterstattung finden. Inwieweit ist es bisher gelungen, das abzugleichen und - was für Werbeeinnahmen wichtig ist - eine Formatierung hinzubekommen.

Die nächste Frage richtet sich an die Zeitungsverleger: das Verhältnis von Werbeetatentwicklung zum Werbeetat der Lokalzeitung. Diese ist, was den Verlegereinfluß angeht, im Vergleich zu den Lokalradios geschützt. Das ist in der Anlage des Gesetzes ganz bewußt geschehen. Da gibt es so etwas wie Gebietsschutz. Wie hat sich denn das Verhältnis vielleicht auch in bezug auf die Situation in Bayern entwickelt? Da gibt es möglicherweise Konkurrenzsituationen. Wie schätzen Sie das ein? Fürchten Sie die Konkurrenz, oder könnten Sie die Konkurrenz ertragen?

Frau Lenzian, Sie beobachten die Vorgänge schon eine ganze Zeit. Mich würde interessieren, ob Sie Vorschläge haben, wie die Qualität des Bürgerfunks, die in der Öffentlichkeit zum Teil angegriffen wird, verbessert werden kann. Welche Maßnahmen kann der Gesetzgeber oder die Gesetzgeberin ergreifen, um durch eine bessere Ausstattung oder durch andere begleitende Maßnahmen die Qualität zu verbessern?

Dr. Udo Becker: Ich würde ja gern versuchen, die an mich gestellten Fragen in der Zeit von 1 : 30 zu beantworten, denke aber, das dürfte schwierig werden. Ich versuche mich trotzdem kurz zu fassen.

Ich bin zunächst einmal von Frau Hieronymi nach der Beurteilung der Aussagen von Herrn Rohnke gefragt worden. Herr Rohnke trägt vor, er rechne mit einem Werbemarkt in Nordrhein-Westfalen in einer Größenordnung von 358 Millionen DM. Ich kann die Bestandteile, die er in diese Rechnung einbezieht, nicht nachvollziehen, weil mir die Daten nicht vorliegen. Ich wage auch Zweifel an der empirischen Bedeutsamkeit der Daten anzumelden, die er da hat. Airchecks sind gemacht worden; er rechnet mit 75 Millionen DM lokalem Werbemarkt. Das mag alles sein. Er vergleicht dies mit Norddeutschland, und es ist, wie ich denke, ausgesprochen schwierig, diesen Vergleich zu ziehen, weil wir hier Äpfel mit Birnen vergleichen. Es gibt in Norddeutschland landesweite Programme, bei uns gibt es den Lokalfunk. In Hamburg sieht das etwas anders aus, aber Hamburg ist nicht Norddeutschland.

Eines dürfte klar sein: Die fehlende Differenzierung nach landesweiten und Lokalfunkprogrammen ist das Dilemma, mit dem sich Herr Rohnke in seiner Stellungnahme zuwenig auseinandergesetzt hat, weil ich glaube, daß beide verschiedenartige private Veranstalter landesweite und lokale Werbepotentiale in sehr unterschiedlicher Weise effektiv ausschöpfen können.

Damit komme ich zur nächsten Frage, die Frau Jung gestellt hat. Sie fragt mich nach der Situation in Bayern. Herr Kors hat plastisch vorgetragen, daß die Kostendeckung beim Lokalfunk bei 102 % liegt. In Bayern ist man - das wundert uns ja nicht - besser als der Rest; man liegt dort bei 108 %. Gleichwohl muß ich da Wasser in den Wein schütten; denn ich bin der festen Überzeugung, daß es in Bayern erhebliche Anlaufverluste gibt. Nach meinem Kenntnisstand belaufen sie sich auf rund 100 Millionen DM im Lokalfunk auch dort.

Herr Kors behauptet, es gebe hier bei uns wesentlich höhere Kosten, was den Betrieb und das Personal angeht. Ich sage dazu: Es gibt in dem Westfunk-Gutachten auch Aussagen, die genau entgegengesetzt sind.

Ich will mich mit dem Modell in Bayern weiter auseinandersetzen. Das bayerische Modell sieht vor, daß wir zum Beispiel in Nürnberg und München fünf lokale Programme in einem einzigen Funkhaus haben. Das heißt, die Leute, die dort sitzen, machen fünf Lokalprogramme. So kann man natürlich gut Geld sparen, aber ob das Vielfalt bedeutet, wage ich zu bezweifeln.

Was im übrigen die Kosten angeht, wird auch der Lokalfunk in Bayern durch Antenne Bayern, ein landesweites Programm, sehr stark finanziell unterstützt. Auch sei die Frage erlaubt, warum Programme wie Radio Energy so erfolgreich sind, obwohl sie ohne jegliches

lokale Wort auskommen. Das alles gibt mir sehr zu denken und wirft berechnigte Zweifel an dem Erfolg des Systems in Bayern auf. Ich sehe den nicht unbedingt.

Dann noch zur Frage der lokalen Stärkung, des lokalen Prinzips. Das lokale Element ist weiterhin von Bedeutung; das war es von Anfang an. Wir sehen an den Tageszeitungen, daß die lokale Information den Bürger interessiert. Das soll sich auch in Zukunft nicht ändern. Es ist nicht daran gedacht, zu regionalisieren oder zu zentralisieren, obwohl die Tendenz der Zentralisierung in vielen anderen Aspekten, auch in der Umverteilung von Sender- und Leitungskosten und ähnlichem mehr, dann auch wieder zum Tragen kommt. Das soll nicht das Ziel sein. Das lokale Profil ist uns weiterhin wichtig. Ich sagte schon am Anfang: Quantität ist nicht Qualität. Ich glaube, daß wir durchaus in der Lage sind, in fünf Stunden lokalem Programm vor allen Dingen in der reichweitenstarken Sendezeit von 6 bis 9 Uhr, in der wir unsere Hörer vor allem erreichen, lokale Identität zu vermitteln und sie auch weiterhin zu erhalten.

Herr Appel, die Zahlen zum Vergleich Verlage/Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen zu Bayern gibt es nicht. Insofern muß ich da leider passen.

Johannes Kors: Die Frage zur Freisetzung der ökonomischen Antriebskräfte, wie das gemeint ist. Man muß im Vergleich schauen, wer im Prinzip den Lokalfunk steuert. Wenn ich das mit Nordrhein-Westfalen vergleiche, gehe ich davon aus, daß die Betriebsgesellschaften im Endeffekt das Geld verdienen müssen. Wenn ich mir die Struktur der Beteiligten anschau, dann ist klar, daß sie auch gewisse Rücksichtnahmen - das ist vielleicht auch ein natürliches Interesse - auf eigene Märkte nehmen müssen. Das sage ich ganz vorsichtig.

Wir haben in Bayern eine relativ gute Mischung hinbekommen. Wir haben die Verlage auch beteiligt, in Monopolgebieten nach dem alten Gesetz bis zu einem Drittel, nach dem neuen Gesetz dürfen sie sich sogar stärker beteiligen. Neben den Verlagen dürfen sich aber auch andere Gruppen, andere Verlagsgruppen, aber auch viele kleine unabhängige Anbieter beteiligen. Die Diskussion, die heute hier geführt wird, stellt sich in etwa so dar wie die Diskussion, die wir vor zehn Jahren in Bayern hatten. Wir hatten damals in Bayern einige wenige erfolgreiche Sender, und das waren gerade die unabhängigen Sender, die auf eigenen Füßen stehen mußten. Diese Handvoll Sender war für uns das Beispiel in den weiteren ordnungspolitischen Gesprächen, daß Lokalfunk funktioniert. So konnte sich das weiter sukzessive entwickeln, so daß wir heute die Situation haben - ich habe darauf hingewiesen, daß ein Drittel der Sender noch Verluste macht -, daß in Bayern niemand mehr davon ausgeht, daß lokaler Hörfunk wirtschaftlich nicht möglich ist. Alle sind an diesen zwei Dritteln Erfolgreiche ausgerichtet. Deswegen haben wir auch diese Diskussion nicht mehr, obwohl es nach wie vor in kleineren Gebieten schwierig ist, Wirtschaftlichkeit zu realisieren.

Wenn ich eine Empfehlung aussprechen darf, dann diese: Man sollte versuchen, in Nordrhein-Westfalen neben dem Zwei-Säulen-Modell vielleicht in Versuchsprojekten - Köln und Düsseldorf sind Standorte, an denen so etwas auf jeden Fall möglich wäre, ohne das Zwei-Säulen-Modell zu gefährden - Beispiele zu setzen und Lokalsender mit 24 Stunden zuzulassen, die von der sonstigen Struktur unabhängig sind, damit man in Zukunft - ich glaube, wahrscheinlich - wirklich auf positive Beispiele blicken kann.

Noch ein Wort zu dem, was Herr Becker gesagt hat. Er hat angezweifelt, daß die Daten und Fakten stimmen. Es ist in der Tat so, daß wir in Bayern Funkhäuser haben - in Würzburg, Regensburg und Nürnberg, wobei es in Nürnberg neben dem Funkhaus auch noch unabhängiges Programm gibt. In München aber gibt es echten Wettbewerb zwischen sechs verschiedenen Frequenzen. Ich habe die Zahlen genannt: 124 % Kostendeckungsgrad bei über 30 Millionen DM Erträgen.

Thomas Pintzke: Es war die Frage nach den Kostenstrukturen in den von uns untersuchten Sendern gestellt worden, ob es da Auffälligkeiten auch im externen Vergleich gibt; so habe ich die Frage jedenfalls verstanden. Es bestand Irritation darüber, daß die Aufwendungen, die von der BG zu tragen sind, im BG-Etat geführt werden, annähernd genauso hoch oder teilweise höher sind als die Kosten für das Programm.

Dazu muß man zwei Dinge sagen: Es gibt aktuell etwa ein Verhältnis von 50 : 50. 50 % der aufgelaufenen Kosten finden Sie in dem sogenannten Etat der Veranstaltergemeinschaft wieder, 50 % im Etat der Betriebsgesellschaft. Das ist von der Beurteilung her etwas schwierig, weil die Zuordnung zu VG-Seite und BG-Seite - ich weiß nicht, von welchen Faktoren das abhängig ist; manchmal spielt das Steuerrecht eine Rolle, manchmal spielen Zufälligkeiten oder auch willkürliche Zuordnungen eine Rolle - 1 : 1 nicht genommen werden kann. Beispielsweise erinnere ich mich daran, daß in den Etats der Betriebsgesellschaften die Abschreibungen, der Wertverlust für die investierten Gegenstände ausschließlich und zu 100 % geführt werden. Ähnliches gilt für die Finanzierungskosten. Das führt natürlich dazu, daß das Bild eine Schiefelage bekommt. Also das läßt sich so ohne weiteres nicht sagen.

Insgesamt kann ich feststellen, daß die Relationen in den Kostenstrukturen, wenn man einfach einmal die prozentualen Größen nimmt, nicht so gravierend auffällig sind, jedenfalls nicht im Durchschnitt. Man kann feststellen, daß das Kostenniveau insgesamt erheblich höher ist, als das bei normalen durchschnittlichen bayerischen Stationen, abgesehen von den echten Großstädten, der Fall ist. Insofern gilt das, was ich vorhin schon gesagt habe: daß es Handlungsbedarf auf allen Ebenen gibt, um Erträge und Kosten in einem ersten Schritt zunächst einmal in etwa in eine Waage zu bringen.

Man sollte zur Kenntnis nehmen, daß man Vermarktung nicht zum Nulltarif bekommt. Das ist durchaus teuer. Es war - Herr Kors, Sie können mich gern korrigieren - auch in Bayern eine Tendenz, die sich im Zeitablauf erkennen ließ, daß es eine Substitution von Kosten gab, die anfänglich in direkte Programmkosten - Programmmitarbeiter, freie Mitarbeiter insbesondere - gesteckt worden sind. Diese sind allenfalls noch auf dem gleichen Niveau wie Anfang der 90er oder sogar Ende der 80er Jahre. Sie sind, wenn ich es richtig sehe, in vielen Fällen tendenziell sogar zurückgefahren und ersetzt worden durch stärkere Bemühungen in der Akquisition. Das muß man zur Kenntnis nehmen, und das ist ein Element für mich, daß man wechselseitig einfach akzeptiert, daß es bestimmte Notwendigkeiten gibt.

Klaus Eberz: Zur Frage der Ausschöpfung: Wenn man sieht, daß der Umsatz der lokalen Werbung in Bayern wesentlich höher ist, und hinzunimmt, daß die Kaufkraft dort wesentlich

geringer ist als in Nordrhein-Westfalen, muß man wohl sagen, daß das Werbepotential, was den lokalen Werbemarkt angeht, nicht ausgeschöpft zu sein scheint.

Zur Frage, wie die programmliche Entwicklung in Nordrhein-Westfalen gelaufen ist, kann ich sagen: Nach der letzten Programmreform haben wir von 46 Stationen in Nordrhein-Westfalen 42, die ein einheitliches Bild zeigen. Wir sind auf diesem Wege also schon sehr weit gekommen.

Hartmut Gläsmann: Bayerisches Rahmenprogramm - 6,5 Millionen DM. Sie haben von Herrn Kors gehört: Musikteppich, Nachrichten in der Nacht. Wir haben hier in Nordrhein-Westfalen fünf bis acht Stunden Lokalradio. Das ist im Gesetz so vorgesehen, das ist sozusagen auch die Konzeption dieses Modells. Das bedeutet 16 bis 19 Stunden radio NRW. Das heißt, wir können uns nicht auf die Nachtzeiten beschränken. Wenn man das will, kann man, wenn man Musik und Nachrichten macht, das sicher für 6,5 Millionen DM machen. Das, was radio NRW macht, ist für 6,5 Millionen DM nicht zu machen und kann auch nicht angestrebt werden, weil sich damit die Wettbewerbsposition noch weiter verschlechtern würde oder die Lokalstationen dies übernehmen müßten.

Herr Appel, das bayerische Argument: Ich finde es immer interessant, wie Bayern angeführt wird, und muß auch in Richtung Herrn Kors sagen: Es gab am Anfang eine sogenannte Präzedenzfigur in Bayern. Das war Herr Simon, der 24 Stunden gesendet hat und ein harter Verfechter der These "kein Rahmenprogramm" war. Er war nach drei Jahren pleite. Im Zuge dieser Entwicklung - Herr Kors hat gesagt, daß es die auch in Bayern gab - wurde ein Rahmenprogramm eingeführt, obwohl zu Anfang in Bayern gesagt wurde: Ein Rahmenprogramm ist schädlich.

Wenn Sie Antenne Bayern und den Lokalfunk nehmen, haben Sie in Bayern insgesamt 1,2 Millionen Hörer. Wir haben 766 000. Das ist nichts anderes als das, was ich vorschlage: Antenne Bayern vermarktet die Lokalradios, dann gibt es noch ein Rahmenprogramm. Vor diesem Hintergrund schaffen sie natürlich auch 1,2 Millionen bei 11 Millionen Einwohnern. Nordrhein-Westfalen hat 17 Millionen Einwohner, und wir haben 766 000 Hörer. Das heißt, wenn hier ein zweites Programm hinzukäme, wären die Perspektiven, wie sie in Bayern im Augenblick realisiert werden, durchaus möglich.

Dann zur Frage der Ausschöpfung, die Herr Appel angeführt hat. Ich bin durchaus der Auffassung, daß in Nordrhein-Westfalen Werbegelder noch stärker ausgeschöpft werden können. Das gilt nicht nur für die Lokalradios, das gilt auch für radio NRW. Herr Rohnke hat es angeführt: Wir arbeiten mit großen Anstrengungen daran. Ich bin sicher, daß auch die Betriebsgesellschaften mit großen Anstrengungen daran arbeiten; denn permanent Verluste einzufahren macht wirklich keinen Spaß. Wir haben zum Beispiel unseren TKP erhöht. Die Frage war, ob sich das am Markt durchsetzen läßt. Wir sind von 4,34 auf 4,52 DM gegangen und haben damit Erfolg gehabt. Hätten wir das nicht gemacht, hätten wir bereits 1997 4 Millionen DM Einnahmen weniger gehabt. Das heißt, wir strengen uns an, mittlerweile auch im Bereich der Sonderwerbformen. Wir werden in diesem Jahr ab 1. April einen eigenen Verkauf aufbauen. Wir strengen uns an! Es ändert nichts an der Wettbewerbssituation, die diese Gesetzesnovellierung nicht verändert.

Um Ausschöpfung werden sich alle gleichermaßen bemühen müssen; radio NRW tut das für sein Gebiet.

Was den Bürgerfunk betrifft, so wäre es mir am liebsten, wir würden uns in ganz Nordrhein-Westfalen mit den Veranstaltergemeinschaften darauf verständigen, Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen in einer Stunde zur gleichen Zeit zu senden. Dann hätten wir die Möglichkeit, darauf hinzuweisen und vielleicht auch ein bißchen Marketing daraus zu machen. In den Zeiten, in denen Bürgerfunk kommt, liegen wir immer vor Antenne Bayern. Aber ab 18 Uhr haben wir teilweise absolut gesehen nur noch die Hälfte der Hörer, die Antenne Bayern hat. Die Chance für uns, nach 18 Uhr völlig autonom Werbezeiten zu akquirieren - der WDR darf ja ab 18 Uhr nicht -, nutzt uns gar nichts, weil wir diese Zeiten überhaupt nicht vermarkten können.

Bettina Lenzian: Vorschläge zur Verbesserung des Bürgerfunks: Es gibt ganz grausliche Sendungen; das stimmt. Da muß auch dringend etwas getan werden; denn mit einer schlechten Sendung ist niemandem geholfen. Die Bürgerfunker selber wollen das auch nicht.

Wenn man den Bürgerfunk verbessern will, muß man zunächst einmal fragen, wo er gemacht wird. Er wird in Radiowerkstätten gemacht. Diese gibt es aber eigentlich gar nicht. Es gibt sie natürlich, es gibt 180 davon, katholische und evangelische, gewerkschaftliche und sportlich orientierte, freie Träger. Aber es gibt sie nicht im Gesetz. Deshalb ist es auch so schwierig, einen Hebel zu finden. Die Institution Radiowerkstätten gibt es nicht, deshalb kann man sie auch nicht vernünftig fördern. Es gibt eben nur diese Minutenförderung.

Ein Vorschlag zur Verbesserung der Qualität wäre, dort anzusetzen, wo der Bürgerfunk produziert wird, und die Radiostätten in das Gesetz aufzunehmen, um gezielter fördern zu können. Ich denke, da wäre mit relativ geringen Mitteln einiges zu verbessern, wenn man den Hebel geschickt ansetzt. Natürlich ist es im Endeffekt immer ein Finanzierungsproblem. Ich habe die Erfahrung gemacht, daß in Radiowerkstätten oft so gehandelt werden muß, daß gesagt wird: Gruppe xy schicken wir jetzt allein ins Studio. Sie wissen ja schon, wie man die Regler schiebt. Eigentlich aber müßten noch drei oder vier Sendungen intensiv betreut werden. Das ist aber aus personellen und finanziellen Gründen nicht möglich. Unter solchen Zuständen leidet natürlich die Qualität.

Ich möchte noch auf etwas hinweisen, um zu verhindern, daß zwei Dinge verwechselt werden, wie dies in der Diskussion oft geschieht. Bürgerfunk bleibt immer Bürgerfunk. Er wird immer anders klingen als ein kommerzielles Programm. Wäre das nicht so, hätte der Bürgerfunk auch seine Existenzberechtigung verloren. Wenn man in Richtung Verbesserung des Bürgerfunks weiterdenkt, muß man im Kopf unterscheiden: Es gibt Fehler, die man komplett beheben kann - technische Fehler, Fehler im Aufbau der Sendung usw. -, es gibt aber Sachen, die bleiben Bürgerfunk, und die sollten auch bleiben; denn die machen den Bürgerfunk ganz erfrischend.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Ich habe in meiner Naivität den Bürgerfunk immer so verstanden, daß er die Bürger erreicht, weil die Bürger das gern hören wollen.

(Heiterkeit)

Aber das ist wahrscheinlich eine etwas naive medienpolitische Einstellung.

Bettina Lenzian: Er ist aber auch so zu verstehen, daß Bürger ihn machen.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Ich weiß schon, was dahintersteckt, auch an möglicher Ideologie. Naiv bin ich ja nicht, aber ich wollte das durch die Bemerkung ein bißchen auflockern. - Das Wort hat Herr Abgeordneter Grätz.

Reinhard Grätz (SPD): Meine Damen und Herren, ich habe zwei kurze Fragen, die sich vorrangig an die LfR, möglicherweise auch an andere richten, will aber folgendes vorbemerken: Ich habe eigentlich wenige Fragen, weil die Anhörung heute für mich in den Aussagen fast aller Beteiligten wesentlich klarer war als mehrere Anhörungen, die früher zu diesem Thema durchgeführt worden sind. Das heißt nicht, daß die Aussagen alle deckungsgleich sind; das ist klar. Klarheit und Nichtdeckungsfähigkeit müssen sich nicht widersprechen. Da bleibt für mich die Aussage wichtig, die Herr Kors gemacht hat: ein anspruchsvolles Modell, aber es funktioniert nur als Konsensmodell. Das ist auch meine Überzeugung, die sich verhärtet. Wenn das nicht möglich ist, dann wird sich das Modell letztlich nicht bewähren können. Das ist meine Meinung.

Jetzt zu den Fragen. Sie haben angesprochen, daß in Bayern ein jährlicher Bericht hilfreich sei, um die Beteiligten auch wohl zu einer Abgleichung, ja zu einem Konsens zu zwingen. Ich frage die LfR, ob das nicht auch bei uns möglich wäre, was ja nicht unbedingt im Gesetz verankert werden muß. In diesem Zusammenhang ist das richtige Wort gefallen, daß ein Gesetz allein nicht zum Erfolg verdonnern kann. Die Beteiligten müssen dies auch wollen. Gesetze haben in ihren Wirkungsmöglichkeiten Grenzen.

Die zweite Frage. Bei den sehr unterschiedlichen, aber doch sich näherkommenden Zahlen, was den Werbemarkt anlangt, wobei deren Durchschlagskraft noch unterschiedlich beurteilt wird: Wäre es nicht möglich, daß die Beteiligten, die diese Zahlen hier auf den Tisch gelegt haben - zum Teil ja durch Näherungsmodelle - sich unter der Moderation der LfR einmal zusammensetzen, um zu einer noch stärkeren Annäherung dieser Zahlen zu kommen, weil man, wie ich glaube, nur auf dieser Grundlage gewissermaßen objektiv versuchen kann, Potentiale auszuschöpfen, die wahrscheinlich doch noch nicht ausgeschöpft sind?

Marc Jan Eumann (SPD): Herr Vorsitzender! Meine Damen und Herren! Ich habe eine Frage an Herrn Dr. Becker, was die Vorlaufverluste anbelangt, die sich, wie Sie auch in Ihrer schriftlichen Stellungnahme formuliert haben, im letzten Jahr noch einmal erheblich erhöht haben. Können Sie mir einen Hinweis darauf geben, wie sich diese Vorlaufverluste aufteilen? Konkret gefragt: Gibt es Erkenntnisse - Sie sprachen von 70 Millionen DM bis 1996 -, wie sich das auf unterschiedliche Verbreitungsgebiete aufteilt, gibt es Verschiebungen, gibt es Erkenntnisse, wie sich die drastische Erhöhung aufteilt? Sind in die Reihe derjenigen, die jetzt

Verluste machen, neue hinzugekommen? Können Sie mir Auskunft darüber geben, ob es möglicherweise Sender gibt, die ihre Vorlaufverluste schon abgetragen haben, jetzt aber aus anderen Gründen ein Problem auf der Ertragserlöseite haben? Ich fände es auch sehr spannend, anknüpfend an die Frage von Herrn Grätz, zu erfahren, wie Sie die Installation eines Informationssystems für das Lokalradiosystem aus Ihrer Sicht bewerten; denn die LfR wird nur moderieren können, wenn die Partner und Akteure bereit sind, sich an diesen Tisch zu setzen.

Meine zweite Frage richtet sich an Herrn Schulenberg. Sie haben aus Sicht der Chefredakteurinnen und Chefredakteure die Flexibilisierung als positiv bezeichnet. Ich möchte fragen: Gibt es nichts Berichtenswertes am Wochenende, gibt es zuwenig Berichtenswertes am Wochenende, oder ist es für Sie einfacher, in der flexiblen Handhabung Ihrer Etats zu sagen, am Wochenende lieber ein bißchen weniger und in der Woche mehr?

Meine dritte Frage richtet sich an Herrn Gläsmann. Sie haben formuliert, daß radio NRW jetzt noch mehr Anstrengungen unternommen wird. Glauben Sie, daß sich durch diese Anstrengungen die Situation des Lokalradios aus Ihrer Sicht dann auch stabilisiert.

Lothar Hegemann (CDU): Zunächst stelle ich fest, daß sich bestimmte Kollegen über nicht ausgeschöpfte Werbeetats Gedanken machen, die Werbung sonst für Teufelszeug halten. Ich hielte es für erfreulich, wenn das auch in Zukunft so bleibt.

Hier ist davon gesprochen worden, daß Gesetze Grenzen haben, Herr Kollege Grätz. Aber Gesetze setzen natürlich auch Grenzen. Herr Kors, man soll eigentlich nicht fragen: Was wäre wenn? Aber ich tue es trotzdem. Glauben Sie, daß zwei Drittel des Lokalfunks in Bayern auch mit dem NRW-Gesetz erfolgreich wären - nur mit Engagement, mit dem Ausschöpfen von Werbemöglichkeiten?

Herr Rohnke, Sie sagten, das Medium Rundfunk sei noch wachstumsorientiert. Was bringt denn die Digitalisierung des Rundfunks, wenn ich mir demnächst Eins live ohne Labern anhören möchte, vielleicht über eine d-Box, über Satellitensysteme - das alles wäre schon möglich, wenn es nicht von der EG gestoppt worden wäre? Das Mehr an Rundfunk könnte vielleicht auch weniger an Werbung bedeuten. Pay-TV wird kommen, und das ist meines Erachtens auch Rundfunk. Glauben Sie dennoch, daß auch der Werbemarkt vergrößerbar ist, wenn dieser Konkurrent ernsthaft mit ins Geschäft kommt?

Karin Jung (SPD): Ich gehe auch noch einmal in die Richtung von Herrn Grätz. Herr Grätz hat die LfR gebeten, eine Stellungnahme abzugeben. Ich frage Herrn Kors: Hat der bayerische Gesetzgeber Ihnen etwas an die Hand gegeben, daß Sie die Möglichkeit haben, die jährlichen Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen anzustellen? Hier ist keine Klarheit über die Zahlen und Fakten zu erreichen, und das soll wohl auch nicht sein. Nun gut, ich bin da ganz gutmütig, was die Geschäftsgeheimnisse angeht. Aber wenn es andernorts ein vernünftiges handhabbares Instrumentarium gibt, sollten wir davon lernen. Deshalb die Frage: War der Gesetzgeber in Bayern etwas großzügiger gegenüber der dortigen Medienanstalt und hat ihr

Handwerkszeug an die Hand gegeben, daß sie das machen kann, oder ist das in Bayern Konsens in einer Weise, wie wir ihn hier nicht haben?

Eine andere Frage an Herrn Rohnke. Was das nicht ausgeschöpfte Werbepotential angeht, haben Sie Zahlen genannt, die, wenn ich es richtig verstanden habe, im Lokalen zu suchen sind. Vielleicht können Sie uns doch noch einmal ein paar Hinweise geben, wo Sie die Ursache dafür sehen, daß das nicht ausgeschöpft wird.

Johannes Kors: Ich beginne mit der letzten Frage bezüglich stärkerer Transparenz. In Bayern gibt es seit 1987 - das ist in die damalige Novelle des bayerischen Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetz hineingekommen wegen der wirtschaftlichen Situation der Lokalsender - die Möglichkeit, daß die Bayerische Landeszentrale für neue Medien auf die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Sender zu achten hat. Auf dieser Basis hat die BLM in ihre Satzung eine Vorschrift hineingenommen, daß solche Abfragen stattfinden können. Es ist sicherlich juristisch darüber zu diskutieren, wieweit man dabei gehen kann. Wir haben das relativ extensiv ausgelegt und machen diese Untersuchungen seit 1989 rückwirkend auf 1988. Seitdem können wir die Entwicklungsverläufe darstellen. Das hat sich bewährt, weil wir auf dieser Basis bessere Regulierungsentscheidungen treffen können.

Dann wurde die Frage gestellt, ob auch zwei Drittel der Stationen in Nordrhein-Westfalen mit dem Zwei-Säulen-Modell erfolgreich arbeiten könnten. Das ist natürlich eine sehr schwierige Frage. Es kommt darauf an, wie sich der Konsens zwischen Veranstaltergemeinschaft und Betriebsgesellschaft vollzieht. Das ist auch von Herrn Grätz angesprochen worden. Es muß ein Konsensmodell sein. Wenn die BGs wirklich den Lokalfunk wollen, aktiv gestalten und darüber hinaus ein optimales Verhältnis zwischen Zulieferprogramm und Lokalität gefunden wird - das heißt nicht, daß man kein Zulieferprogramm benötigt; da haben Sie mich falsch verstanden, Herr Gläsmann, wir haben es in Bayern ja auch eingeführt und werden auch daran festhalten, nur muß das Verhältnis gewahrt bleiben, d. h., es muß gewährleistet sein, daß die Wertschöpfung möglichst den lokalen Radiostationen zugute kommt -, könnten auch in Nordrhein-Westfalen zwei Drittel der Lokalfunkstationen erfolgreich arbeiten.

Dr. Norbert Schneider (Direktor der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen): Ich will auf die beiden Fragen von Herrn Grätz kurz eingehen. Die erste: Herr Kors hat aus der bayerischen Sicht gesagt, wie man es dort gemacht hat. Wir haben den Vorschlag lange auf den Tisch gelegt, unter der Prämisse Konsensmodell, daß wir die Daten haben wollen, die uns eine durchschnittliche Betrachtung der wirtschaftlichen Entwicklung möglich machen, wobei man dabei sicher Grenzwerte bestimmen muß. Manche Daten muß man nicht wissen, die gleichwohl wichtig sind für das, was eine Regulierungseinrichtung moderieren soll. Dieser Vorschlag steht. Es wäre uns immer lieber, wir kämen ohne den Gesetzgeber hin. Das gilt für fast jede Frage. Je mehr im Gesetz steht, desto geringer sind die Gestaltungsspielräume für die Praxis. Dabei bleiben wir auch. Das wird vielleicht Gelegenheit sein, das noch einmal auch im Lichte der hier vorgetragenen Aspekte zu erneuern.

Auch der zweite Punkt, was den Werbemarkt und die unterschiedlichen oder sich jedenfalls eher schon annähernden Potentiale angeht, so kann man das bei uns natürlich einsammeln und

die unterschiedlichen Systeme der Ermittlung überprüfen. Man kann unterschiedlich darangehen, ob man jetzt von demoskopischen oder demographischen Momenten oder von der wirtschaftlichen Seite ausgeht. Beides ist in einer konsensual strukturierten Gesprächskultur über diese Dinge möglich.

Jetzt noch eine winzige Bemerkung, die keinerlei Polemik beinhaltet. Wir haben die bayerisch-nordrhein-westfälische Situation einträglich miteinander besprochen. Es ist natürlich schon so, Herr Hesels, daß der Bayerische Rundfunk ein anderes Verhalten an den Tag legt als der Westdeutsche Rundfunk, was ich dem Westdeutschen Rundfunk nicht vorwerfe. Der Bayerische Rundfunk ist nicht in dieser Weise ein - ich lasse das einmal offen; setzen Sie den Begriff ein; Sie kennen ja den Westdeutschen Rundfunk besser. Das wollen wir nicht ganz vergessen.

Wenn man die Entwicklung des Lokalfunks hier betrachtet, kann man nicht sagen: 1990 war das alles beim WDR auch schon so. Die Zahlen sprechen eine ganz andere Sprache. Sie sollten sich auch nicht selber dementieren. Ich sage das nur in der bayerisch-nordrhein-westfälischen Vergleichslage. Das ist ein Punkt, auf den man achten muß. Es ist nicht der zentrale, aber es ist eine Randnotierung, die wir nicht ganz aus dem Auge verlieren dürfen, wenn wir die Systeme vergleichen.

Achim Rohnke: Eine Frage an mich lautete: Was bringt die Digitalisierung? Ich beziehe das jetzt einmal in erster Linie auf den Hörfunk. Damit haben Sie vielleicht die Achillesferse der ganzen Entwicklung erwischt. Wenn wir im Hörfunk in eine digitale Welt mit einer Vervielfachung der Angebote, mit immer spezieller werdenden Angeboten gehen, bin ich nicht mehr ganz so optimistisch, weil sich damit das ganze Hörfunkangebot atomatisieren wird. Das Medium ist heute schon ziemlich schwer händelbar für einen Werbekunden, für eine Werbeagentur. Wir versuchen mit nationalen Kombinationen, vereinfachten Angeboten, auch Kombinationsangeboten in den Regionen dieses Medium, wie man so schön auf neudeutsch sagt, händelbar zu machen, daß man weiß, was man da kauft. Wenn ich mir eine Vervielfachung der Kanalsituation mit Rock hier und Pop da, Jazz hier und Unterabteilungen da vorstelle, dann wird dieses Medium für den Werbemarkt wahrscheinlich sehr intransparent. Das sehe ich nicht sehr optimistisch. Ich habe meine Ausführungen auf der Basis gemacht, wie es sich jetzt darstellt. Diejenigen, die mich kennen, wissen, daß ich der Digitalisierung nicht unbedingt das Wort rede, aber aus Sicht eines Werbezeitenverkäufers, wenn Sie mich in diese Rolle schlüpfen lassen. Im Fernsehen ist das eine etwas andere Geschichte, weil Fernsehen sehr viel breiter streut, als es Hörfunk tut. Hörfunk ist schon ziemlich zielgruppenscharf; das haben wir eben ja auch gehört.

Die zweite Frage richtete sich auf die Ursachen für die Nichtausschöpfung des Lokalen. Ich habe das am Ende meiner Ausführungen ein wenig anzusprechen versucht, zähle es aber gern noch einmal auf. Der erste Punkt ist sicherlich die heterogene Reichweitenstruktur, die der Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen hat. Wir haben das vorhin schon mehrfach gehört. Die Schwankungen in der Reichweitenstruktur von bis zu 100, 200 % in den einzelnen Regionen sind sicherlich ein Punkt, der im regionalen Bereich nicht unbedingt ein optimales Werbemedium darstellt. Damit konform geht auch die Entwicklung der Hördauer. Sie ist mit 158 Minuten in Nordrhein-Westfalen - das sind meine Zahlen - unterproportional; in Bayern

sind es 186 Minuten, in Norddeutschland 195 Minuten. Das heißt, da muß im Hörfunkangebot irgend etwas sein, was es nicht so attraktiv erscheinen läßt.

Das bringt mich zu dem Punkt, den Herr Gläsmann gebracht hat, als er Antenne Bayern und radio NRW verglichen hat. Er hat gesagt: In den Vorabendstunden bricht uns die Reichweite massiv weg, in einer Zeit, in der privater Hörfunk, lokal oder überregional, zum Beispiel in Bayern oder auch in Norddeutschland attraktive Programme macht, die ihre Hörer finden. Das ist ein gewisser Hinderungsgrund, aus dieser Zeit das meiste herauszuholen, wenn es um die singuläre Betrachtung des Werbemarktes geht: Hörer gleich Reichweite gleich Umsetzung in Werbepreise.

Werbepreise sind der vierte Punkt, den ich auch schon kurz angedeutet habe. Die Werbepreise im Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen sind auf der Ebene der Lokalfunkstationen und deren Kombination - es gibt ja auch übergeordnete Angebote - teilweise prohibitiv teuer. Ich würde als Kunde dort nicht hineingehen und lieber bei der Tageszeitung bleiben.

Dann finde auch ich, daß es noch keine optimale Vermarktung vor Ort gibt. Das Ganze ist noch nicht verkaufsintensiv genug. Von Experten aus anderen Märkten wurde berichtet, dort sei es etwas inspirativer, auch was den Verkauf und die Ausschöpfung von Möglichkeiten, Sonderwerbformen, Kooperationen - als das, was man vor Ort so alles betreiben kann -, betrifft.

Eben wurde der Bezug auf Hamburg bezweifelt. Das war nur eine Hilfsgröße, nur ein Faktor in dem Berechnungsmodell, das ich aufgestellt habe. Interessant fand ich wiederum, daß ich mit meiner Bruttozahl von 40 Millionen DM - Herr Kors hat gesagt, man müsse 30 % davon abziehen; dann verbleiben 28 Millionen DM als Nettowerbepotential - nicht so schlecht lag. Die Zahl, die Herr Kors in den Raum gestellt hat, lautete 30 oder 35 Millionen DM netto als unausgeschöpftes Potential. Die Zahlen kommen aus völlig unterschiedlichen Ansätzen, dort Zahlen vom DIW, bei mir bestimmte Modellrechnungen, liegen aber ziemlich nahe bei dem, was mir realistisch erscheint.

Dr. Udo Becker: Herr Eumann, verzeihen Sie mir, wenn ich einen kurzen Schlenker mache, bevor ich zur Beantwortung Ihrer Frage komme. Herr Rohnke hat gesagt, die Werbung sei zum Teil prohibitiv teuer. Darauf kann ich nur erwidern, daß mir auch ständig berichtet wird, daß die Werbung unglaublich billig sei und fast verschenkt werde und deswegen die Ertragsituation so schlecht sei. Sie erkennen an diesem Beispiel, daß die Ursachenerforschung offensichtlich sehr schwierig ist, daß es aber wohl ohne Frage so ist, daß die Fakten eindeutig in die Richtung gehen, die ich eben beschrieben habe, daß es uns wirtschaftlich schlecht geht. Das ist, wie ich denke, unumstritten. Das zeigt sich auch an den Ergebnissen der Westfunk-Gutachten. Auch darin ist deutlich die Rede davon, daß eine Minderheit der geprüften Stationen dauerhaft nicht überlebensfähig ist und daß der Rest der geprüften Stationen nur dann überlebensfähig ist, wenn er mindestens eine Reichweite von 20 % erreicht. Das ist gegenwärtig aber nicht der Fall.

Hinzu kommt - das wird man sicher auch sagen müssen -: Die Einsparpotentiale, die in dem Gutachten festgestellt werden, liegen nur zu einem Drittel auf der Seite der Betriebsgesellschaften und zu zwei Dritteln auf seiten der Veranstaltergemeinschaften. Last but not least:

Ein Beleg für die drastische Situation, in der wir uns befinden, ist auch die Tatsache, daß sich immer mehr Kommunen als Minderheitsgesellschaftler aus dem Lokalfunk verabschieden. Zuletzt hat die Stadt Rheinberg bei Radio KW ihren Abschied angekündigt.

Jetzt zu der Frage von Herrn Eumann. Eine klare Antwort: Von 70 auf 105 Millionen DM bedeutet aufgeschlüsselt, daß ein großer Teil, mehr als die Hälfte dieser Verluste bei den Westfunk-Stationen anlanden. Das sind in etwa 60 bis 65 Millionen DM. Letztes Jahr war davon die Rede, daß zwei von drei Stationen, also 30 von 46 Verluste machen. In diesem Jahr sind es 39 von 46. Das heißt, wir können davon ausgehen, es sind noch weitere neun Stationen und damit 30 % hinzugekommen. Die will ich jetzt nicht im einzelnen nennen; das tut ja auch nichts zur Sache. Aber es sind Stationen, die außerhalb des Westfunk-Bereichs sind. Das heißt, es ist kein Westfunk-Problem, sondern der Lokalfunk ganz allgemein ist in einer schwierigen Lage, auch wenn man da sicherlich differenzieren und unterschiedlich nuancieren kann.

Zu Herrn Kors. Da gab es auch viele Bemerkungen, zum Beispiel mehr Wettbewerb in den großen Städten. - Das ist das Ende des Zwei-Säulen-Modells. Das sieht das Modell nicht vor. Und wir sollten innerhalb des Modells diskutieren.

Schlechtes Management und schlechte Vermarktung - kühne Thesen, für die er hier gerade steht. Ich kenne den Markt Bayerns nicht so. Vielleicht weiß er mehr über Nordrhein-Westfalen. Aber ich finde, das ist nicht fundiert und hat inhaltlich zuwenig Fakten, um das so behaupten zu können.

Keinen Willen haben wir, höre ich da. Wenn ich an die Arbeit der letzten zwei Jahre denke, die der Lokalfunk gekostet hat, und daran denke, wie wir uns mit den Problemen beschäftigt haben, zeigt das vor allen Dingen zweierlei: Zum einen setzen wir uns sehr stark für das Modell ein, zum zweiten suchen wir immer wieder das Gespräch. Dann gibt es auch immer wieder die Notwendigkeit und auch die Bereitschaft zum Konsens in der Sache.

Herrn Eberz möchte ich noch einen Satz entgegenhalten. Er sagte, die Erträge dürften nicht von den Ausgaben überstiegen werden. Damit wollen wir unmittelbaren Einfluß auf das Programm nehmen. Das ist mitnichten der Fall. Tatsache ist, daß wir diesen unmittelbaren Einfluß auf das Programm nicht ausüben wollen. Aber es ist natürlich auch Tatsache, daß es Lokalfunk und gutes Programm nur geben kann, wenn der wirtschaftliche Rahmen stimmt. Ohne den wirtschaftlichen Rahmen gibt es weder Lokalfunk noch Bürgerfunk in Zukunft.

Zu Herrn Hahn-Cremer vielleicht noch einen Satz, Hinweis auf die Moderation. Natürlich ist das Bewußtsein vorhanden. Die LfR ist als moderierende Kraft in diesem Spiel wichtig und willkommen. Wir sind ständig im Gespräch. Es ist nicht so, als hätten wir Schwierigkeiten, miteinander umzugehen und miteinander zu reden. Natürlich ist es fraglos auch so: Ebenso wie die LfR ganz gerne ohne Gesetzgeber auskäme, würden wir natürlich gerne ohne LfR als Kontroll- und Aufsichtsbehörde auskommen. So ist das nun einmal bei privaten Unternehmen. Aber wir wissen durchaus realistisch mit den Rahmenbedingungen umzugehen.

Letzter Punkt: Natürlich würde es uns sehr helfen, zur besseren Ausschöpfung des Werbepotentials, das sicherlich größer ist als das, was wir ausschöpfen, die sechste Kette zu bekommen. Dies gibt es in anderen Bundesländern. Es ist ganz klar, daß wir uns auch darum bemühen werden. Aber es gibt keine Frequenzen. Es wird in Kürze ein Gutachten dazu

geben, und dieses Gutachten wird sich auch mit der Frage beschäftigen, ob möglicherweise der WDR und dessen Versorgungssituation der Grund dafür sind, warum wir keine Frequenzen für eine weitere landesweite Hörfunkkette haben. - Vielen Dank.

Guido Schulenberg: Die Flexibilisierung der Sendezeiten vor allem an Wochenenden und Feiertagen halte ich für eine vertretbare Lösung, um den Kostendruck auf Chefredaktionen und VGen gerecht zu werden. Ich beispielsweise habe in diesem Jahr 10 % weniger zur Verfügung als im vergangenen Jahr, betrifft Personal und Geldmittel für freie Mitarbeiter, muß aber dennoch bei acht Stunden bleiben. Da fällt es mir natürlich schwer, dies aufrechtzuerhalten, es sei denn, man kommt zu dem Ergebnis, daß diese 10 % Ausgaben früher nicht notwendig und Luxus waren. Ich bin nicht der Meinung, daß die 10 %, die ich jetzt einsparen muß, Luxus im Programm waren.

Auch inhaltlich kann es die eine oder andere Sendeanstalt für sich rechtfertigen, am Wochenende etwas weniger zu machen. Es geht mir darum, die Möglichkeit zu haben zu flexibilisieren. Ein Sender wie Emscher-Lippe oder 91/2 kann samstags nachmittags wegen Schalke und Dortmund nicht auf eine lokale Sendezeit verzichten. Radio FiV in Recklinghausen dagegen hat keinen Bundesligisten im Fußball. Ich könnte möglicherweise eine Sendezeit am Samstagabend gebrauchen, wenn mein Basketballbundesligist spielt. Da gibt es also durchaus auch inhaltliche Gesichtspunkte, die dazu führen könnten, daß es sinnvoll ist, am Wochenende zu reduzieren. Das ist ja auch nichts Ehrenrühriges; denn nicht nur im Lokalen, sondern auch im nationalen bzw. übernationalen Raum gibt es am Wochenende weniger zu berichten. Warum beispielsweise gibt es auf WDR 2 am Sonntag nur ein einstündiges Mittagmagazin und kein dreistündiges?

Hartmut Gläsmann: Was die Anstrengungen betrifft: Wir haben alle zusammen, radio NRW, die Betriebsgesellschaften, die Veranstaltergemeinschaften, die Chefredakteure, immense Anstrengungen unternommen. Wir haben - das war die einzige Chance, 1997 in der Reichweitengeschichte noch etwas zu verändern - ein riesengroßes Gewinnspiel gemacht, 50 Peugeots verspielt. Da haben in einzigartiger Weise Lokalradios und Rahmenprogramm im Marketingbereich, im Programmbereich zusammengearbeitet. Wir haben - ich habe darauf hingewiesen - einen gemeinsamen Marketingetat, wir haben einen großen Truck angeschafft. Also wir strengen uns gewaltig an. Das gilt für alle Beteiligten. Es gibt keinen Anlaß, irgendeiner Gruppierung im Augenblick zu unterstellen, sie unternehme keine Anstrengungen.

Die Frage war: Wohin führen diese Anstrengungen? Diese Anstrengungen sind notwendig, um den Trend, zweimal hintereinander verloren zu haben, zu stoppen. Ich habe auch große Hoffnung, daß diese Anstrengungen dies erreichen werden. Hinsichtlich der Frage, ob mit diesen Anstrengungen eine darüber hinausgehende prospektive Entwicklung zu verbinden ist, bin ich sehr skeptisch. Ich will Ihnen auch sagen, warum.

Eins live hat ein Potential entwickelt, das in der absoluten Hörerzahl nahe an das herankommt, was WDR 2 hat. Wenn die jetzt im Programm nicht älter werden, werden sie auch relativ stabil bleiben und nicht großartig einbrechen. Gleichzeitig ist WDR 2 nicht zurückgegangen. Ich glaube aber, daß das Potential von WDR 2 durchaus noch einiges bringen

könnte. Das heißt, WDR 2 wird für uns in Zukunft die zweite Front sein. Ich habe von dieser Zangenbewegung gesprochen.

Wie können wir darauf reagieren? Wenn wir neue Hörer haben wollen und bei uns ein Programm ändern, muß der Hörer zu radio NRW bzw. den Lokalradios gebracht werden. Radio findet heute nicht mehr im Sender statt, sondern auch off air. Das heißt, wenn wir nicht die Mittel haben, darauf hinzuweisen, daß wir unser Programm verändert haben, laufen wir die Gefahr, Hörer zu verlieren und keine neuen hinzuzubekommen. Ich habe das Geld nicht. Ein Plakat in Nordrhein-Westfalen kostet für zehn Tage 700 000 DM. Wenn der WDR, Herr Rohnke eine solche Aktion startet, ist ganz Nordrhein-Westfalen zu plakatiert.

Was die Wettbewerbssituation auch auf der Marketingebene betrifft, so sind die Zeiten härter geworden. Als ich 1996 bei radio NRW anfing, hatte ich gleich die Erfahrung zu machen, was eine einstweilige Verfügung bedeutet. Die hat mir nämlich Herr Rohnke, mein Kollege, ins Haus geschickt. Die Werbeagenturen, die Mediaagenturen wollen nicht wissen, wie es Radio FiV geht oder wie es im Hochsauerlandkreis aussieht. Sie wollen wissen, wie es radio NRW geht. radio NRW hat bislang immer hinsichtlich der Altersgruppe 14 bis 49 im Verhältnis zu WDR 4, im Verhältnis zu WDR 2, im Verhältnis zu Eins live gegenüber der werbetreibenden Wirtschaft sagen dürfen: radio NRW, der stärkste Sender in Nordrhein-Westfalen bei den 14- bis 49jährigen. Das war ab 1996 nicht mehr möglich, weil Herr Rohnke mir eine einstweilige Verfügung auf den Tisch gelegt hat, in der es hieß: radio NRW ist gar kein Einzelsender, radio NRW ist eine Kombination und muß sich gegenüber Kombinationen stellen. Ich habe niemals die Möglichkeit, gegen eine Megakombi - das sind WDR 4 und WDR 2 - zu konkurrieren. WDR 4 hat über 1 Million Hörer; da komme ich nie heran. An die Premiumkombi bei ungefähr gleicher Stärke von WDR 2 und Eins live komme ich niemals heran.

Herr Rohnke hat also diese einstweilige Verfügung erwirkt. Und erklären Sie einmal einem Richter am Landgericht Köln das Zwei-Säulen-Modell und den Grund dafür, warum radio NRW doch ein Sender ist.

(Heiterkeit)

Damit ist er einfach überfordert. Diese Chance hat der WDR schamlos genutzt.

Dann haben wir gesagt: die NRW-Lokalradios. Dagegen habe ich keine EV bekommen, aber auszuschließen ist das nicht.

Mit anderen Worten: Bei allen Anstrengungen geht es im Augenblick um Bestandssicherung, und das bedauere ich außerordentlich, weil ich eine große Entwicklungsmöglichkeit sehe. Sie müssen auch sehen, daß DAB auf uns zu kommt. Die Finanzierung dafür ist überhaupt noch nicht gesichert. Was soll der Lokalfunk, was soll radio NRW da tun? Wir investieren Mittel, müssen an einer solchen technischen Entwicklung teilnehmen. Wir sind mit Power Radio, mit diesem Jugendsender, im L-Band. Weil wir hier im Landtag sitzen, sage ich Ihnen: Power Radio mit UKW-Stützfrequenzen und radio NRW als Rahmenprogramm würden zusammen eine Entwicklungsmöglichkeit zusätzlicher Arbeitsplätze im Bereich des privaten Hörfunks schaffen. Der WDR - das behaupte ich - kann sich entwickeln und prospektiv werden, wie er will, netto wird er Arbeitsplätze abschaffen. Ich finde, auch das ist ein Argument, das man in die Erwägung einbeziehen sollte.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Herr Dr. Hoff, ich weiß, was ich Ihnen zumute, aber ich frage trotzdem. Die Landesregierung hat doch bei Ihnen ein Verlautbarungsrecht. Zu meinem Leidwesen wird viel zu wenig Gebrauch davon gemacht.

(Heiterkeit)

Ist es völlig abwegig zu fragen, ob man zur Stützung dieses Zwei-Säulen-Modells dem WDR auferlegt, ein paar Minuten für Werbemaßnahmen für diese Geschichte freizuschaulen?

(Heiterkeit)

Ich weiß, Sie brauchen jetzt Rückkopplung mit dem Intendanten und sonstige juristische Klärung, aber ich frage einfach einmal.

Dr. Dieter Hoff: Ich weiß nicht, ob das tatsächlich über diese Verlautbarungspassage begründet sein kann.

Vorsitzender Klaus Matthiesen: Ich habe auch nur mehr humoristisch gefragt.

Dr. Dieter Hoff: Ich habe ja unsere Juristin hier neben mir sitzen, die könnte dazu sicherlich qualifizierter Stellung nehmen.

Aber da ich gerade das Wort habe, vielleicht noch ein Satz zu dem Thema sechste Kette und Frequenzpotentiale: Es gibt, soviel ich weiß, in der Bundesrepublik kein großflächiges Bundesland, das mehr als sechs UKW-Ketten hat. In Nordrhein-Westfalen ist das Potential einer sechsten Kette aufgelöst worden zugunsten des lokalen Rundfunks und angereichert worden mit weiteren Frequenzen. Damit ist dieses Frequenzpotential schlicht und einfach weg. Man kann nicht beides haben. Das ist die Situation, die wir heute haben. Ich glaube, es ist alles getan worden, dem Lokalradio eine gute Verbreitungsmöglichkeit zu schaffen. Ich bleibe auch dabei: Das ist erreicht. Es gibt Ausnahmen; das gebe ich zu. Daran arbeiten wir. Der WDR unterstützt das, so gut er das kann, natürlich ohne dabei die ihm gesetzlich auferlegten Verpflichtungen zu vernachlässigen. Aber das sind die Potentiale, die vorhanden sind. Der Lokalfunk hat uns weit mehr gekostet als das Frequenzpotential für eine landesweite Kette, mindestens das anderthalbfache Potential. Das muß man wissen, und das ist die Situation.

Roland Appel (GRÜNE): Jetzt ist wieder das Stichwort sechste Kette gefallen. Aus den unterschiedlichen Stellungnahmen ziehe ich das Resümee, daß es auch in Nordrhein-Westfalen so etwas wie ein Problem der Mobilisierung von regionaler Werbekapazität und Werbeattraktivität geben könnte. Dafür scheinen mir einige Indikatoren zu sprechen; ich drücke das einmal so vorsichtig aus. Gleichzeitig stelle ich fest, daß die Landesregierung und die sie tragenden Koalitionsparteien mit diesem Gesetzentwurf weitgehend dem Bestreben nahegekommen sind - dafür haben wir heute herbe Kritik einstecken müssen -, die lokalen Anteile noch weiter zurückzufahren, was meines Erachtens sehr schlüssig dahin gehend kritisiert

worden ist, daß das nicht gerade zwangsläufig die lokale Attraktivität erhöhen muß. Deshalb scheint mir der Ruf nach einer sechsten Kette nicht logisch begründet zu sein. Wenn die marktwirtschaftlichen Indikatoren dafür sprechen - ich bin da ganz vorsichtig, denke aber, daß es dafür reale Anhaltspunkte gibt -, daß im Lokalen noch etwas zu holen ist - nach meiner persönlichen Meinung wird das Lokale im Lokalradio vom journalistischen Standpunkt aus nicht immer so betrieben, wie man es sich wünschen könnte -, würde ich gern wissen, woher Sie Indikatoren zu haben glauben, durch eine sechste Kette die Attraktivität und die Einnahmen erhöhen zu können. Mir erschließt sich das nicht.

Achim Rohnke: Herr Gläsmann hat mich mehrfach angesprochen, und das möchte ich nicht unkommentiert lassen. Es ist nicht so, als verteilte ich ständig einstweilige Verfügungen. Die Sache hat natürlich eine Vorgeschichte, die mit Herrn Gläsmann nichts zu tun hat. Aber wenn man sich wettbewerbswidrig verhält, muß man irgendwann mit einer solchen Reaktion rechnen. Mehr möchte ich dazu nicht sagen.

Im übrigen ist das, was er Ihnen vorhin vorgespielt hat, ein Einblick in das gewesen, was im Verkaufsmarkt im Radiobereich so betrieben wird. Mal ist der eine besser, mal der andere, Herr Gläsmann. Das ist das einzige, was ich Ihnen zurufen würde. Überlegen Sie mal schön und machen Sie was draus. Das haben wir beim WDR auch getan. Der WDR war in der öffentlich-rechtlichen Rundfunklandschaft in der Bundesrepublik derjenige Sender, der am meisten verloren hatte. Wir stehen jetzt wieder in einer Position, mit der wir uns sehen lassen können. All das hat mit Kreativität und Verkaufen zu tun.

Dr. Udo Becker: Das Thema sechste Kette ist eigentlich ein ungelegtes Ei, wird aber schon seit einigen Jahren bebrütet. Tatsache ist, daß wir im Lokalfunk immer noch erhebliche Versorgungsdefizite haben. Da ist sicherlich noch einiges zu machen, und das wird in dem Technikgutachten, von dem ich eben sprach, ebenso untersucht werden wie die Frage der Mehrfachversorgung von WDR-Programmen. Wir haben die Frequenzen im Moment nicht, aber vielleicht finden wir ja welche. Dann haben wir allen Grund, über diese Frage einmal nachzudenken.

Was die Logik angeht, die für Sie nicht erschließbar ist, so denke ich, daß es durchaus logisch ist zu sagen, daß landesweite Hörfunkprogramme Werbepotentiale besser erschließen können als lokale Programme. Die Kostendeckungsgrade sind wesentlich höher; sie liegen bei weit über 120 %. Wenn Herr Hahn-Cremer vor Jahren diese Überlegung in die Diskussion gebracht hat, so kann ich ihn darin nur bestärken, dies als Ansatz zu nehmen, den Lokalfunk quer zu finanzieren und dafür zu sorgen, daß beide Kinder vernünftig leben können. Insofern ist das für mich eine ganz logische Sache und ausgesprochen vernünftig; denn sie hilft zum Überleben des Zwei-Säulen-Modells.