



Prof. Dr. Erika Bock-Rosenthal
Vorsitzende des IÖR

12.03.2014

IÖR fordert Debatte über den Werbeverzicht der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Nach den Berechnungen und Prognosen der KEF werden die Rundfunkanstalten bis zum Ende der Periode 2013 bis 2016 30.814,0 Mio. EUR aus den Rundfunkbeiträgen einnehmen. Das sind 1.145,9 Mio. mehr als von den Anstalten im April 2013 angemeldet. Vielfach wird nun empfohlen, schon jetzt Entscheidungen über die Verwendung dieser Mehreinnahmen zu treffen, obgleich eine gründliche Evaluierung für 2014 zur Vorbereitung der Entscheidungen beschlossen war mit dem Ziel, Lastengerechtigkeit und Beitragsstabilität des Rundfunkfinanzierungssystems besser sicherzustellen.

Der **Initiativkreis zur Förderung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Köln (IÖR)** regt dringend an, zur Vorbereitung dieser Entscheidungen eine Debatte darüber zu führen, wie die voraussichtlichen Mehreinnahmen auch für den „**Einstieg in den Ausstieg aus der Werbung in der ARD**“ genutzt werden könnten.

Werbung führt zu einem Verlust an öffentlich-rechtlichem Profil mit der Gefahr einer Entwicklung zur Konvergenz der Programme im dualen System. Die Legitimation und Zukunftsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erfordert aber ein klares Profil, das sich von den Privatsendern unterscheidet. Im Zuge der Digitalisierung ändert sich das Nutzungsverhalten auch in Bezug auf Werbung.

Der IÖR hat in seiner Sitzung am 11.3.2014 den KEF-Bericht und das Sondergutachten sowie vorliegende Vorschläge zur Verwendung des Überschusses ausführlich und kontrovers. diskutiert. Dabei waren sich die Mitglieder des IÖR im wesentlichen darin einig, dass die Chance zum jetzigen Zeitpunkt, eine Debatte über langfristige Perspektiven für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in der digitalen Welt zu führen, nicht vertan werden sollte.

Es sollte geprüft werden, wie ein „Einstieg in den Ausstieg der ARD aus der Werbung“ schrittweise in den nächsten Jahren umgesetzt werden könnte. Dabei wurde mehrheitlich im IÖR die Meinung vertreten, dass in einem ersten Schritt der § 16 RStV dahingehend geändert werden sollte, dass auf die Fernsehwerbung in der ARD grundsätzlich verzichtet werden soll. Ausnahmsweise soll die Werbung in der Zeit von 19.45 bis 20 Uhr bis zum Jahre 2017 erhalten bleiben. Damit wäre ein größerer Spielraum geschaffen, im Vorabendprogramm innovative und informative Formate zu entwickeln. Die Debatte über die Sponsoring-Regelungen in § 16 RStV (gültig ab 1.1.2013) sowie die gesetzlichen Regelungen für die Radio-Werbung in den einzelnen Bundesländern sollte in einem nächsten Schritt umfassend geführt werden.

IÖR. Prof. Dr. Erika Bock-Rosenthal
Baedekerstr. 7A, 44319 Dortmund, Tel: 0231/211171, bock-rosenthal@gmx.de, www.ioer.org