

Auswirkungen der Konvergenz auf den regionalen Rundfunk

1. Die Entwicklung des Rundfunkmarktes

Traditionell wurde Rundfunk über Verteilnetze wie terrestrische Sendeanlagen oder Kabelnetze sowie Satellitenfunk an die Öffentlichkeit übertragen. Mittlerweile können digitalisierte Rundfunkinhalte auch über weitere Verbreitungswege wie z.B. das (offene/geschlossene) Internet übertragen werden. Dies ermöglicht etwa die zeitversetzte Übertragung, also die Nutzung von Abrufdiensten, aber auch die zeitgleiche – live – Übertragung. Zudem können über einen Rückkanal vom Nutzer zum Sender Informationen geschickt werden. Dies lässt Interaktionen, mit denen der Nutzer seinen eigenen Meinungsbeitrag direkt in das übertragene Programm einbringen kann sowie bei Auswertung des Mediennutzungsverhaltens personalisierte Werbung zu. Weiterhin erlauben soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter es Produzenten, ihre digitalen Inhalte zu verteilen und an den Werbeeinnahmen zu partizipieren. In steigendem Maße werden hier auch audiovisuelle Inhalte ge- und verteilt.

Der Rundfunk ist somit einem grundlegenden Wandel unterworfen. Ein Blick auf die Entwicklung des Rundfunkmarktes in Deutschland lässt eine stetig ansteigende Tendenz zur Übertragung von hochauflösenden Inhalten oder zur zeitversetzten Nutzung durch Abrufdienste erkennen. Zudem werden vermehrt Rundfunkinhalte über Apps konsumiert, die z.B. auf einem Smartphone oder Smart TV installiert werden können.

Der Wegfall der Knappheit von Übertragungswegen führt zu zusätzlichen Inhalteanbietern. Daneben führt die technische Konvergenz zu dem Zusammenwachsen von Diensten und Märkten.

Für Anbieter wie Amazon bestehen geringe Markteintrittsbarrieren für neue Märkte wie beispielsweise VOD. Neben ausreichenden finanziellen und technischen Grundlagen verfügen sie über erhebliche Nutzerzahlen, die in den neuen Markt übertragen werden können. Ab einer gewissen Marktdurchdringung eines Dienstes entsteht für andere Inhalteanbieter der Zwang, ihre Inhalte dort zur Verfügung zu stellen. Anbieter wie Amazon Video stellen auch eigene Inhalte her. Naturgemäß haben sie ein Interesse daran, diese bestmöglich zu vermarkten. Dies kann zu Konflikten mit fremden Inhalteanbietern führen.

Youtube ist ein Beispiel dafür, wie sehr die Digitalisierung zu Umwälzungen im Medienbereich führen kann. Mit nur geringem Aufwand lässt sich audio-visuell (auch live) ein Millionenpublikum regelmäßig und gewinnbringend erreichen. Die Monopolstellung des „klassischen“ Rundfunks in seiner Wirkmächtigkeit sowie seiner umfassenden Empfangbarkeit wird – zumindest in bestimmten Zielgruppen - in Frage gestellt.

Werbung wird auf absehbare Zeit die Haupteinlösequelle für private Rundfunkveranstalter darstellen. Bisher weist sie hohe Streuverluste auf. Die Digitalisierung ermöglicht zielgerichtete Werbung. Dies kann die Kostendeckung verbessern und die Akzeptanz beim Nutzer steigern. Die Reichweite der redaktionellen Angebote regionaler TV-Anbieter ist nach Auffassung des Medienrates zu gering. Es ist zu vermuten, dass die derzeit noch erzielte Reichweite und die sinkende Akzeptanz auch mit der teilweise vorhandenen Einbettung der

redaktionellen Teile in Dauerwerbesendungen in Zusammenhang stehen. Regionale redaktionelle Inhalte tragen jedoch erheblich zur Meinungsvielfalt bei und sind für das örtliche und regionale Umfeld unverzichtbar. Unternehmen wie Amazon oder Apple haben auf ihren Heimatmärkten bereits erfolgreich die Präferenzen ihrer Nutzer ermittelt. Diese Erkenntnisse lassen sich auf neuen Märkten ebenso nutzen. Insoweit verfügen sie über einen Wettbewerbsvorteil. Werbung lässt sich etwa zielgerichtet und damit auch regionalisiert über Facebook schalten. Inhalteanbieter müssen sich jedoch der Struktur und den Regeln von Facebook unterwerfen. Fraglich ist, ob solche Kooperationen nicht konflikträchtig sind, indem Anbieter von Diensten wie Facebook z.B. Auswertungen über das Mediennutzungsverhalten bzw. die Akzeptanz von Werbung vornehmen und zu eigenen Zwecken verwenden.

2. Stellungnahme und Konsequenzen unter Bezugnahme auf den regionalen Rundfunk

Nach Auffassung des Medienrates der LFK besteht auch weiterhin ein gesellschaftliches Bedürfnis nach regionalen und lokalen Inhalten.

Die LFK unternimmt umfangreiche Fördermaßnahmen zu Gunsten der regionalen Rundfunkveranstalter. Allerdings sind diese nach geltendem Recht auf die Förderung der technischen Infrastruktur zur Versorgung von Baden-Württemberg begrenzt.

Aufgrund der Entwicklungen im nichtlinearen Bereich und den rückläufigen Zuschauerzahlen bei den Regional-TV-Veranstaltern stellt sich die Frage, ob die hergebrachte Verbreitung von 24-stündigen Regionalprogrammen zukunftsfähig ist, um diesem Bedürfnis gerecht zu werden, und ob die erheblich gesteigerte Förderung künftig dafür eingesetzt werden sollte, Anpassungen an veränderte Anforderungen zu begleiten. Dabei können die durch die Digitalisierung neu hinzugekommenen Übertragungstechniken und Inhaltsformen als Chance für regionale Rundfunkveranstalter begriffen werden. Die Technik im Medienbereich ist seit jeher einem Wandel unterworfen, der auch Auswirkungen auf die übertragenen Inhalte hat.

Nach Auffassung des Medienrates sind die Möglichkeiten der LFK zur Förderung regionaler Fernseh- und Hörfunkanbieter zukunftsorientiert anzupassen und gegebenenfalls zu erweitern. Der Fokus darf hierbei nicht allein auf der Förderung der technischen Infrastruktur liegen. Dies greift zu kurz und beschränkt letztlich die Entwicklungsmöglichkeiten der regionalen Fernseh- und Hörfunkanbieter.

Der Medienrat ist der Ansicht, dass die Fördermöglichkeiten der LFK auch neuartige Übertragungstechniken und Übertragungsformen erfassen müssen. Um den Veranstaltern den Übergang und ihren Fortbestand in der digitalen Welt zu gewährleisten, sollte beispielsweise die Förderung von bestimmten Sendeformaten sowie des Aufbaus und des Betriebes von regionalen Medienplattformen möglich sein. So kann dem entgegengesteuert werden, dass die regionalen Veranstalter durch die Digitalisierung von der rasanten Marktentwicklung abgehängt werden.

Durch solche erweiterten Fördermöglichkeiten sollten die Veranstalter auch in die Lage versetzt werden, aus Gründen der Refinanzierung auf eine Weitervermietung ihrer Übertragungskapazitäten bzw. auf ein Einbetten ihrer Inhalte in ein werbliches Umfeld zu verzichten. Hierdurch könnte auch die Wahrnehmung der redaktionellen Inhalte gesteigert werden.

Die Auswirkungen des digitalen Wandels betreffen in ähnlicher Form auch die regionalen Hörfunkanbieter. Auch hier sieht der Medienrat Anpassungsbedarf sowohl bei der finanziellen Förderung wie auch bei den Strukturen.