

# Politische Prioritäten der privaten Medien für 2021-2025

*VAUNET Grundsatzpapier – Bundestagswahl 2021*

# VAUNET: 10 POLITISCHE PRIORITÄTEN

- 01** Medien- sowie Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenes Ökosystem verankern.
- 02** Medien stärken die Demokratie und stehen für Nachhaltigkeit.
- 03** Private Medien in Zeiten der Corona-Krise: systemrelevant, weitere finanzielle Förderungen und ein Belastungsmoratorium sind unerlässlich – Refinanzierungsfreiheit ist das wesentliche Standbein der privaten Medienindustrie.
- 04** Notwendige Leitlinien der Medienregulierung institutionalisieren, ganzheitliche Risikoevaluation aller Regulierungsansätze auf die Medienbranche sicherstellen.
- 05** Werbe- und datenbasierte Geschäftsmodelle refinanzieren Content und damit Medienvielfalt.
- 06** Regulierung muss Gatekeeper-Funktion von Plattformen begrenzen.
- 07** Wettbewerbsrecht muss eine faire digitale Welt schaffen.
- 08** Gesunder Produktionsstandort braucht starkes Urheberrecht.
- 09** Effiziente Verbreitungswege sichern Rundfunkübertragung.
- 10** Auftrags- und Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fortsetzen.

# 1. Medien- sowie Kultur- und Kreativwirtschaft als eigenes Ökosystem verankern.

Die privaten Medienunternehmen sind ein enormer Faktor für den Wirtschaftsstandort Deutschland. **Private deutsche Radio- und Fernsehunternehmen** stehen für ein **Umsatzvolumen von mehr als 13 Milliarden Euro**, bei Einbeziehung der vor- und nachgelagerten Stufen sogar für ein Vielfaches dessen. Kreative Inhalte sind wesentlicher Treiber technischer Innovationen.

Sie sind Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW). Die KKW muss endlich als eigener Wirtschaftszweig und strategisches Ökosystem eine Verankerung erfahren. Die **Bruttowertschöpfung in der KKW lag 2019 bei rd. 106,4 Mrd.€**. Die KKW liegt damit etwa auf dem Niveau des Maschinenbaus und vor anderen Branchen wie den Finanzdienstleistungen, der Energieversorgung oder der chemischen Industrie (Quelle: Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020). Damit haben sie für den Binnenmarkt und die unterschiedlichen Wertschöpfungsketten eine hohe Bedeutung, die sich in einem gemeinsamen und gegenseitigen Verständnis sowie in einem institutionalisierten Dialog (z. B. Bund-Länder-Kommission) widerspiegeln müssen.

Darüber hinaus haben die gesamte KKW und damit auch die **audio- und audiovisuellen Medien einen zusätzlichen Impact durch die Vermittlung von Narrativen**, die die Vision einer demokratischen, vielfältigen und nachhaltigen Gesellschaft nicht nur abbilden, sondern transportieren, Relevanz und Wirkung erzeugen und so **den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Vielfalt unseres freiheitlichen Staates fördern**. Daher bedarf es für die Branchen der Kreativwirtschaft – auch im Wettbewerb mit den marktmächtigen globalen Online-Plattformen – eines echten Level-Playing-Fields.

## 2. Medien stärken die Demokratie und stehen für Nachhaltigkeit.

Radio und Fernsehen sind die meistgenutzten Medien und beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Die audio- und audiovisuellen Medien in Deutschland stehen für redaktionelle Verantwortung sowie die Achtung der Grundwerte und des Jugendschutzes. Unternehmen der Kreativwirtschaft und Medien sind Akteure, die inklusiv und nachhaltig, ökologisch und sozialverträglich handeln. **Sie spiegeln Public Value wider.**

Gerade in Zeiten großer Veränderungen können sowohl Information als auch Unterhaltung das Bindeglied einer Gesellschaft bilden. Diese Inhalte auffindbar zu machen, ermöglicht gleichzeitig, einen sicheren digitalen Raum herzustellen. Vor dem Hintergrund fragmentierter Informationslandschaften, zunehmender Desinformation und Hate Speech leisten Medien bei der Erstellung, Verbreitung und Überprüfung von Informationen einen unerlässlichen Beitrag zum politischen Diskurs.

Die **Sicherung der journalistisch-redaktionellen Freiheit** und der **Verzicht auf einen anlasslosen Eingriff** bei ohnehin schon regulierten professionellen Medienanbietern ist für die Demokratie und Medienvielfalt überlebenswichtig.

### **3. Private Medien in Zeiten der Corona-Krise: systemrelevant, weitere finanzielle Förderungen und ein Belastungsmoratorium sind unerlässlich – Refinanzierungsfreiheit ist das wesentliche Standbein der privaten Medienindustrie.**

Das Super-Wahljahr 2021 fällt in eine durch die Coronavirus-Pandemie geprägte Zeit. Sie stellt Politik, Gesellschaft und Wirtschaft vor enorme Herausforderungen, die gemeinsam und kooperativ über die nächsten Monate und Jahre bewältigt werden müssen.

Die privaten Medien haben nicht nur in der Krise ihre systemrelevante und gesellschaftliche Bedeutung und Leistungsfähigkeit eindrucksvoll bewiesen. Auch wirtschaftlich sind sie eine der großen und relevanten Sektoren mit weitreichenden Effekten auf andere Branchen. Sie spielen eine ganz zentrale Rolle für den Beitrag, den die Werbung für das Wiederhochfahren der Wirtschaft leisten kann. Von neuen Werbebeschränkungen und -verboten ginge somit ein falsches Signal aus.

Andererseits sind sie durch die Krise in zweifacher Hinsicht stark betroffen: Auf der Kostenseite durch hohe Fix- und Zusatzkosten für die Berichterstattung, Corona-Sonderprogrammierungen und Mehraufwände im Produktionsgeschäft. Gleichzeitig brechen die Erlöse durch den weitgehenden Wegfall von Werbeeinnahmen, dem Eventgeschäft und Auswirkungen im Abonentengeschäft teilweise dramatisch ein. Die wirtschaftliche Situation der privaten Radio- und TV-Veranstalter hat sich im aktuellen Lockdown gegenüber dem Vorjahr nochmals verschlechtert. Die Rundfunkwirtschaft leidet spürbar unter den Corona-Beschränkungen. Wie die aktuelle Prognos-Analyse zeigt, ist in 2021 mit einem Umsatzrückgang im Vergleich zu 2019 i.H.v. 8 bis 24% zu rechnen.

Instrumente wie z. B. die Hörfunk-Förderhilfen aus dem Programm „Neustart Kultur“ und der Ausfallfonds II der Länder verschaffen lediglich in Teilbereichen Linderung. Gezielte Unterstützungsmaßnahmen zur wirtschaftlichen Stabilisierung sind nach wie vor dringend erforderlich. So ist die Branche u. a. auf eine Fortführung und Erweiterung der Infrastrukturkostenförderung angewiesen.

Die Politik muss zudem neben der finanziellen Förderung die Medienordnung positiv gestalten: Insbesondere ist als Reaktion auf die Corona-Krise ein Belastungsmoratorium unumgänglich. Parallel muss die Wettbewerbsfähigkeit privater Medien gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den Tech-Giganten stabilisiert werden.

## **4. Notwendige Leitlinien der Medienregulierung institutionalisieren, ganzheitliche Risikoevaluation aller Regulierungsansätze auf die Medienbranche sicherstellen.**

Europa, Bund und Länder müssen ihre medien- und digitalpolitische Agenda aufeinander abstimmen, um bei der Digitalisierung und dem Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht den Anschluss zu verlieren.

Damit zeitgemäße Rahmenbedingungen und Refinanzierungschancen für die Medienwirtschaft entstehen, ist neben der Möglichkeit zur Selbstverantwortung und -regulierung ein flexibles regulatorisches Gerüst notwendig. Noch immer sind Radio- und Fernsehunternehmen im Vergleich zu ihren Wettbewerbern am stärksten reguliert. Es bedarf aus Sicht des VAUNET eines ganzheitlichen Ansatzes (political horizontal approach), also jedes - auch nicht sektorspezifische - Gesetzes- und Regulierungsvorhaben ist auf seine Auswirkungen auf den Mediensektor zu überprüfen (impact assessment).

Zur Sicherung der Medien- und Meinungsvielfalt dürfen eine mediensektorspezifische Regulierung und ein eigener Ausgestaltungsspielraum durch die Mitgliedstaaten nicht überlagert werden.

Sollte es nach der Bundestagswahl zu einer Bündelung der Kompetenzen z. B. in einem eigenen Digitalministerium kommen, muss es aus Sicht des VAUNET eine enge Verknüpfung zu den anderen Ressorts der Bundesregierung sowie einen dauerhaften Dialogprozess mit den Ländern und europäischen Institutionen geben. Dies erfordert, dass sich alle drei Ebenen fortlaufend, beispielsweise bei der Plattformregulierung, im Wettbewerbs- und Kartell-, Datenschutz- und Jugendschutzrecht, koordinieren müssen.

## 5. Werbe- und datenbasierte Geschäftsmodelle refinanzieren Content und damit Medienvielfalt.

Wettbewerbsfähigkeit zu den globalen Online-Plattformen muss auch für nationale und europäische Medienunternehmen existieren: Die Ermöglichung digitaler Geschäftsmodelle, die Anpassung der Marktbetrachtungen an den realen Wettbewerb, der Zugang zu Daten und die Zulässigkeit neuer Werbeformen sollten im Vordergrund stehen.

Für die Medien ist ein innovationsfreundlicher Datenschutz unverzichtbar. Gleichzeitig dient auch Online-Werbung der Refinanzierung von hochwertigem professionell aufbereitetem Content. Nicht ohne Not sollten marktdominante Plattformen/Login-Giganten einseitig gestärkt werden und ihren Datenreichtum mehren können. Ein echtes Level-Playing-Field kann nicht erreicht werden, wenn als „Torwächter“ agierende Browser und Betriebssysteme gegenüber Internetangeboten erteilte Nutzereinigungen blocken und damit im Sinne der eigenen Geschäftspolitik den Wettbewerb steuern. Regulierung muss auch Datenallianzen anderer Marktplayer ermöglichen und gegenüber den marktmächtigen Plattformen einen Zugang zu Daten gewähren. Um die eigenen Inhalte, die über Plattformen verbreitet werden, besser vermarkten und finanzieren zu können, sind die Sender auf die Daten der Plattformen angewiesen und sollten Zugang zu diesen erhalten.

Die Refinanzierung der Medien darf nicht durch kleinteilige Regulierung wie durch Werbeverbote und Pflichthinweise z. B. für Lebensmittel oder Energie, übermäßige Verbraucherschutzvorschriften oder Einschränkungen in der Vertragsfreiheit **konterkariert werden**. Nur so erhalten die Medien die Chance, in der digitalen Transformation Schritt zu halten und vielfältige Angebote zu ermöglichen.

## **6. Regulierung muss Gatekeeper-Funktion von Plattformen begrenzen.**

Das europäische wie nationale Recht muss diskriminierungsfreie(n) und chancengleiche(n) Zugang und Auffindbarkeit des privaten Rundfunks auf Plattformen sowie bei Intermediären sicherstellen, um Angebots- und Anbietervielfalt zu garantieren. Auch heute entscheiden die Platzierung, Sortierung und Reihenfolge zu einem großen Teil über die Sichtbarkeit und damit über den wirtschaftlichen Erfolg sowohl ganzer Mediengattungen als auch deren einzelner Angebote. Plattformen, Intermediäre, Endgerätehersteller, Browser oder Betriebssysteme haben es als Gatekeeper in der Hand, den Zugang zu Medieninhalten, deren Auffindbarkeit und Vermarktung zu steuern.

Die Forderungen nach Zugang, Auffindbarkeit, Transparenz der Algorithmen, fairen Vertragsbedingungen und einem Level-Playing-Field sind für die Reichweiten und Wirtschaftlichkeit der Unternehmen überlebenswichtig. Der Schutz der Rundfunkprogramme vor Überblendungen und illegaler Weiterverbreitung sollte zudem sichergestellt werden.

Mit Blick auf den verschärften internationalen Steuerwettbewerb sind Intentionen, faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, zu begrüßen. Die Einführung einer Digitalsteuer sollte das konkrete Risiko der Doppelbesteuerung nationaler und europäischer Unternehmen ausschließen.



## **7. Wettbewerbsrecht muss eine faire digitale Welt schaffen.**

Dass das nationale und europäische Wettbewerbsrecht künftig stärker global agierende Online-Plattformen reguliert, ist positiv und überfällig. Ungleiche Verhältnisse, verursacht durch eine marktmächtige Stellung der Plattformen auf dem Online-Werbemarkt, durch unausgewogene Vertragsbedingungen, durch Behinderung beim Zugang zu wettbewerbsrelevanten Daten führen zu einer Konzentration der Marktmacht und erheblichen Wettbewerbsverzerrungen. Verschärfend kommt die vertikale Integration von Plattformen und die Bevorzugung eigener Dienste hinzu, die durch Diskriminierungsverbote reguliert werden muss.

**Bund und Länder haben auf deutscher Ebene mit dem Medienstaatsvertrag und der 10. GWB-Novelle entscheidende Weichen für die Regulierung von Plattformen gestellt.** Sie sollten nicht durch eine europäische Vollharmonisierung in Frage gestellt werden. Die jeweiligen Instrumente sollten sich vielmehr in ihrer Durchsetzung effektiv ergänzen und auch für künftige Fallkonstellationen offen formuliert sein.

**Zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von Medienunternehmen** sollten zudem **innovative (europäische) Kooperationsformen und Allianzen**, etwa produkt- oder branchenspezifische Vertriebsplattformen, nicht an zu hohen kartellrechtlichen Hürden scheitern. Eine Erweiterung der regulatorischen Markt Betrachtungen, ein flexibles Wettbewerbs- und Kartellrecht und eine Anpassung des bislang TV-konzentrierten hin zu einem konvergenten Medienkonzentrationsrecht unter Einbeziehung aller relevanten Player sind die notwendigen Eckpunkte für einen zukunftstauglichen Wettbewerbsrahmen.

## **8. Gesunder Produktionsstandort braucht starkes Urheberrecht.**

Das geistige Eigentum ist der Rohstoff Europas und Schlüssel zu einer wettbewerbsfähigen und vielfältigen Kreativwirtschaft. Ein starker Produktionsstandort setzt das Bewusstsein für den Wert des geistigen Eigentums sowie eine verbesserte Rechtsdurchsetzung voraus.

Essentiell hierfür sind starke Urheber- und Leistungsschutzrechte, Vertragsfreiheit bei angemessener Vergütung für Kreative, eine Verbesserung des Rechteerwerbs der Sendeunternehmen, zum Beispiel für Online-Musikrechte sowie der Erhalt der territorialen Vergabe und Lizenzierung von Rechten, um eine wirtschaftliche Verwertung zu ermöglichen. **Es gilt, die Rechtsverfolgung bei Verletzungen geistigen Eigentums zu verbessern und Plattformen effektiv in die Verantwortung zu nehmen.**

## 9. Effiziente Verbreitungswege sichern Rundfunkübertragung.

Sowohl Radio als auch Fernsehen werden über verschiedene Verbreitungswege übertragen (terrestrisch, Satellit, Kabel, IP). Innovative Verbreitungswege, wie z. B. 5G, könnten auch für Rundfunk neue Möglichkeiten eröffnen. Der Grundsatz der Netzneutralität bleibt eines der Kernprinzipien.

Die dem Rundfunk bis 2030 gewidmeten Frequenzen unterhalb von 700-MHz sollten im Rahmen der Diskussionen zur Weltfunkkonferenz 2023 für den Rundfunk (Fernsehen und Radio) erhalten und über 2030 hinaus verlängert werden. Um die Entwicklungsperspektive und Planungssicherheit für den Rundfunk sicherzustellen, dürfen die Frequenzen dem Rundfunk nicht ein drittes Mal entzogen werden.

Radio braucht einen neuen Ordnungsrahmen, der die lokale und regionale inhaltliche Vielfalt des Mediums erhält sowie fairen Wettbewerb im dualen Hörfunksystem ermöglicht. Für die Wettbewerbsfähigkeit des Radios ist entscheidend, dass **die Digitalisierung des Hörfunks marktgerecht und technologieneutral erfolgt.**

## 10. Auftrags- und Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fortsetzen.

Die Debatte zur Auftrags- und Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist - bei allen gemeinsamen Themen - zum Erhalt der gesellschaftlichen Legitimation und eines fairen Wettbewerbs fortzusetzen. Sie muss bei der Konkretisierung des Auftrags und dann erst bei der Finanzierung ansetzen. Das inhaltliche Profil sollte sich schwerpunktmäßig auf Information, Kultur und Bildung (75 Prozent des Budgets) konzentrieren. Dabei sollte es Aufgabe der Legislative bleiben, den Auftrag zu definieren. Einen Automatismus von Beitragserhöhungen im Wege eines Indexmodells lehnt der VAUNET weiterhin ab.

**Die Politik muss eine Debatte zum gesamten dualen Mediensystem führen**, da sich Regelungen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk immer auf beiden Seiten des Systems auswirken. Im Rahmen dessen kann eine Task-Force aus Medienpolitik, Vertreter:innen des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks die Lösung für ein gemeinsames Verständnis des dualen Systems sein.

**Die jahrelang diskutierte Reduzierung von Werbung und Sponsoring sollte schließlich umgesetzt werden** (im Radio: „NDR-Modell“: begrenzter Werbeumfang auf 60 Minuten pro Tag und ein werbeführendes Programm pro Anstalt + Einschränkungen/Untersagung von Sponsoring in der Radio-Prime-Time // im TV: vollständiges Werbe- und Sponsoringverbot). Die Werbefreiheit öffentlich-rechtlicher Telemedien besteht fort. Um Wettbewerbsverzerrungen zu verhindern, muss es klare Grenzen bei den kommerziellen Aktivitäten und beim Onlineangebot geben, die eine einseitige Stärkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beim Rechteerwerb und auf Drittplattformen verhindert.