

N i e d e r s c h r i f t
über die 17. - öffentliche - Sitzung
des Unterausschusses „Medien“
des Ausschusses für Rechts- und Verfassungsfragen
am 4. September 2024
Hannover, Landtagsgebäude

Tagesordnung:

Seite:

1. Für eine bessere Versorgung mit Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks - niedersächsische Interessen im NDR wahren!

Antrag der Fraktion der CDU - [Drs. 19/4256](#)

Anhörung

- NDR	3
- Verband Nordwestdeutscher Zeitungsverlage und Digitalpublisher e. V. (VNZV)	7
- TELLUX Beteiligungsgesellschaft mbH	10
- VAUNET - Verband Privater Medien e. V. und Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk	14

2. Informationen zur parlamentarischen Informationsreise nach Großbritannien und Irland 20

Anwesend:

Mitglieder des Unterausschusses:

1. Abg. Eike Holsten (CDU), Vorsitzender
2. Abg. Markus Brinkmann (in Vertretung des Abg. Brian Baatzsch) (SPD)
3. Abg. Stefan Klein (SPD)
4. Abg. Kirsikka Lansmann (SPD)
5. Abg. Claudia Schüßler (SPD)
6. Abg. Christoph Willeke (in Vertretung des Abg. Dennis True) (SPD)
7. Abg. Tim Julian Wook (SPD)
8. Abg. Jens Nacke (CDU)
9. Abg. Martina Machulla (in Vertretung des Abg. Uwe Schünemann) (CDU)
10. Abg. Colette Thiemann (CDU)
11. Abg. Thomas Uhlen (CDU)
12. Abg. Pippa Schneider (GRÜNE) (in Vertretung des Abg. Detlev Schulz-Hendel) (GRÜNE)
13. Abg. Eva Viehoff (GRÜNE)
14. Abg. Jens-Christoph Brockmann (AfD)

Von der Landtagsverwaltung:

Regierungsrätin Triefenbach.

Niederschrift:

Redakteur Ramm, Stenografischer Dienst.

Sitzungsdauer: 15.31 Uhr bis 17.09 Uhr.

Tagesordnungspunkt 1:

Für eine bessere Versorgung mit Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks - niedersächsische Interessen im NDR wahren!

Antrag der Fraktion der CDU - [Drs. 19/4256](#)

erste Beratung: 41. Plenarsitzung am 17.05.2024

AfRuV,

vorbereitende Beratung gem. § 12 Abs. 3 GO LT: UAMedien

zuletzt beraten: 13. Sitzung am 12.06.2024 (Unterrichtung, Anhörungsplanung)

Anhörung

NDR

Schriftliche Stellungnahme: Vorlage 1

Anwesend:

- *Joachim Knuth, Intendant des Norddeutschen Rundfunks*
- *Andrea Lütke, Stellvertretende Intendantin/Direktorin Landesfunkhaus Niedersachsen*

Joachim Knuth trägt Schwerpunkte der **Vorlage 1** vor, auf die insoweit verwiesen wird. Darüber hinaus sagt er, vor etwa zwei Jahren sei bei der ARD ein Reformprozess gestartet worden. In diesem Zuge solle das Know-how für bestimmte Themenkomplexe bei je einer federführenden Rundfunkanstalt gebündelt werden, von deren Expertise die weiteren Anstalten als „Zulieferer“ profitierten. Die Erlöse dieses synergetischen Prozesses käme insbesondere Regionalberichterstattung unter Berücksichtigung neuer digitaler Auspielwege zugute, um hiermit die Zielgruppe zu erschließen, für die die lineare TV- und Radioberichterstattung unattraktiv sei.

Regionaljournalismus werde zunehmend wichtiger für den Meinungsbildungsprozess von Menschen. In Zeiten von Filterblasen und Falschinformationen sei eine regionale Grundierung dieser Art besonders wichtig. Die journalistische Zukunft liege in einem fundierten, ausgewogenen Rundfunk für alle demografischen Schichten.

Abg. **Kirsikka Lansmann** (SPD): Sie haben deutlich gemacht, wie wichtig die Regionalberichterstattung für Sie ist. Dass dieser Fokus in Niedersachsen mit rund 1 Million Euro gestärkt wird, freut mich natürlich.

Ich habe zwei Fragen zu dem Fall, dass der Antrag der CDU-Fraktion angenommen würde: Inwiefern würde der Solidaritätsgedanke hinsichtlich der anderen norddeutschen Länder berührt?

Welche zusätzlichen Kosten über die genannten Mittel fielen an, wenn die Regionalberichterstattung noch stärker ausgebaut würde?

Joachim Knuth: Ich habe dargestellt, wie sehr andere von dem, was wir in Niedersachsen produzieren, profitieren. Wir erhalten eine Informationsbalance, die dann sozusagen aufgebohrt würde. Wenn wir nur noch gezielt für Niedersachsen produzieren würden und nicht auch noch für die anderen drei Länder, ginge dies mit einer neuen Art der Bewirtschaftung einher. Das würde aber bedeuten, dass wir unser Angebot umschichten oder in den anderen Ländern weniger machen müssten, sodass am Ende nicht alle vier Länder etwas davon hätten. Aber unsere aktuelle Arbeit folgt dem Gemeinschaftsgedanken. Das regionalspezifische Angebot, das wir auch für zum Beispiel NDR Info und das Erste produzieren, fußt auf dem Gedanken, dass Regionalität für das Sendegebiet des NDR essenziell ist.

Andrea Lütke: Im Jahr 2009 wurde schon einmal diskutiert, ob zum Beispiel das niedersächsische Landesprogramm stärker aufgeteilt werden sollte. An der Reichweite von „Hallo Niedersachsen“ zeigt sich aber, dass dieses Landesmagazin einen integrativen Effekt hier in Niedersachsen hat. Es wirkt verbindend. Damals wollte man dieses Land sozusagen in zwei Hälften teilen. Das wäre eine Spaltung, die dem integrativen Gedanken entgegenwirkte. Abgesehen davon wäre das mit erheblichen Kosten verbunden. Damals belief sich die Schätzung auf 30 Millionen Euro je Beitragsperiode. Ich glaube, hierfür ist angesichts der aktuellen medienpolitischen Diskussion nicht der richtige Zeitpunkt.

Außerdem haben wir mit den digitalen Ausspielwegen ganz andere Möglichkeiten als damals. Die Inhalte unserer App sind regional stark fokussiert - natürlich immer in Anbetracht dessen, was wir auch linear senden. Wir entwickeln immer mehr Videoangebote für die App, um in den Regionen noch präsenter zu sein. 50 % der Abrufe der Onlineangebote des NDR über alle Plattformen gehen auf regionale Inhalte zurück. Der NDR hat mit seinem starken regionalen Fokus also schon ein Alleinstellungsmerkmal. Die Regionen sind der Norden und somit der NDR.

Abg. **Jens Nacke** (CDU): Nehmen Sie es als Kompliment, dass ich durch Ihre Vorlage etwas gelernt habe. Sie legen in der Vorlage allerdings großes Gewicht darauf, Niedersachsen mit den anderen Staatsvertragsländern zu vergleichen. Existiert auch ein Vergleich mit den Angeboten der anderen Bundesländer?

Unter Nr. 3 unseres Antrags stellen wir die Konzernbetrachtung der ARD und die Querfinanzierung anderer Anstalten infrage. Bremen zum Beispiel könnte das Programm ohne massive Querfinanzierung nicht aufrechterhalten. Was können Sie zu möglichen Auswirkungen auf den NDR sagen?

Wenn es zu Reformen beim NDR als Vier-Länder-Anstalt kommen wird, wofür vieles spricht, wäre Niedersachsen in meinen Augen kein Bundesland, bei dem Einschnitte gerechtfertigt wären, was auch auf die potenzielle Streichung eines Radiosenders zutrifft - auch wenn das natürlich alle Länder von sich sagen würden.

Joachim Knuth: Vielen Dank für das Kompliment für unsere achtseitige Stellungnahme, in der komprimiert steht, was wir hier als „Add-on“ machen und was in anderen Bundesländern nicht geschieht. Dazu gehören auch Dinge, die Teil der Diskussion über die Medienpolitik der Zukunft sind - Unterhaltungsangebote wie „Rote Rosen“ in Lüneburg etc. Ich bin zusammen mit Frau Lütke erst vergangene Woche in Lüneburg gewesen, wo wir auch die Oberbürgermeisterin getroffen haben. Diese Produktion ist natürlich ein wahnsinnig wichtiges Asset für Stadt und die

Region. Wenn also über regionale Kompetenz, regionale Berichterstattung und regionales Lebensgefühl gesprochen wird, muss man sich immer klarmachen, dass all das auch über solche fiktionalen Angebote transportiert wird.

Alle vier Gesellschafter-Länder im Norden sind stolz darauf, dass wir eine Art kleine ARD sind und durch synergetische Verschränkungen einen Großteil dessen machen, was in der ARD immer stärker als Role Model entwickelt wird. Es gibt eine stärkere Zusammenarbeit und Kompetenzzentren. „Nordtour“, die Nachrichtensendungen - all das wird in Hannover, in Niedersachsen, gestemmt, nicht in Kiel oder Schwerin. Und das schlägt sich in der Berichterstattung auch nieder.

Vergleichbar, wenn auch nicht eins zu eins, sind Mehrländeranstalten bei der Berücksichtigung der Länderinteressen: der Mitteldeutsche Rundfunk, der Rundfunk Berlin-Brandenburg und der Südwestrundfunk. Auf der anderen Seite gibt es Einländeranstalten wie den Bayerischen Rundfunk oder den Westdeutschen Rundfunk in Köln, die hinsichtlich ihrer Präsenz anders als wir organisiert sind. Das hat auch damit zu tun, dass zum Beispiel in Nordrhein-Westfalen mehr Menschen leben als im gesamten Sendegebiet des NDR.

Radio Bremen ist aus meiner Sicht ein Sonderfall. Sie alle kennen die politische Diskussion hierzu. Ist das eine Landesrundfunkanstalt, die aus sich heraus arbeiten kann? - Sie alle wissen, dass wir einen im Staatsvertrag sogar mit einem Prozentanteil festgeschriebenen Finanzausgleich vereinbart haben, der dem Saarländische Rundfunk und Radio Bremen zugutekommt. Das war eine politische Entscheidung.

Ich kann nur für den Bereich sprechen, der in meiner Verantwortung liegt: Niedersachsen ist im Vergleich das mit Abstand produktionsintensivste Land der vier Staatsvertragsländer und, was die Berichterstattung in der Breite im NDR in allen überregionalen Programmen und im Ersten am angeht, am präsentesten.

Andrea Lütke: Herr Nacke, Sie sprachen sich gegen Kürzungen im Regionalprogramm aus. Das überlegen wir uns auch sehr gut. Ich werde Ihnen hierzu ein Beispiel aus der vergangenen Woche nennen.

Wir sind durch KEF-Vorgaben zum Personalabbau verpflichtet. Es geht um die Korrespondentenbüros, von denen Sie in Ihrem Antrag sagen, sie könnten den Mangel an Regionalstudios nicht ausgleichen: In der vergangenen Woche haben wir das Korrespondentenbüro in Vechta mit einer neuen Kollegin besetzt. Wir achten bei Neubesetzungen jetzt verstärkt darauf, dass diese neuen Kolleginnen und Kollegen alle Ausspielwege kennen und beherrschen. Wir verfügen nun also über mehr Kompetenz, damit wir bestimmte Themen für die entsprechenden Ausspielwege aufbereiten können. Das ist in der Region - wir haben einen kleinen Empfang organisiert - sehr wohl goutiert worden. Frau Breher und ein Bundestagsabgeordneter von der SPD waren ebenso da wie Stadt- und Landkreisvertreter aus Diepholz, Cloppenburg und Vechta. Wir haben damit ein Statement gesetzt. Wir hätten aber auch sagen können, dass wir uns die Besetzung eines so kleinen Büros angesichts der immer knapper werdenden Finanzen nicht mehr leisten können. Nein, gerade jetzt, in diesen Zeiten fühlen wir uns verpflichtet, stärker in die Regionen zu gehen.

Sie alle erleben, dass sich die Landbevölkerung zunehmend vom Diskurs abgekoppelt fühlt und sich die Menschen dort nicht mehr genügend gehört fühlen. Wir sehen es - natürlich gemeinsam mit den Zeitungen vor Ort - als unsere Aufgabe an, diesen Menschen eine Stimme zu geben und Brücken zu bauen, damit sie wieder Spaß am Diskurs haben, gehört und sichtbar werden. Das ist unsere Aufgabe.

Ich möchte noch eines hinzufügen zu der Landschaft der Privatproduktionen in Niedersachsen, die Ihnen am Herzen liegt: Der NDR ist als Gesellschafter mit 20 % an nordmedia beteiligt. Unsere vielen „Nordtour“- und „Nordstory“-Reportagen - das sind doppelt bis dreifach so viel wie bei den anderen Staatsvertragsländern - werden ungefähr zu 50 % an private Filmproduktionen abgegeben. Wir sind dafür also ein Wirtschaftsfaktor. Nirgends im Gebiet des NDR ist die Produzentenlandschaft so stark wie hier in Niedersachsen.

Abg. **Eva Viehoff** (GRÜNE): Die Grenze meines Heimatorts ist zugleich auch Landesgrenze. Im Raum Göttingen und Osnabrück zum Beispiel ist das genauso. Die Region macht nicht an Landesgrenzen, die politisch und historisch festgelegt sind, halt. Wie denken die entsprechenden Sendeanstalten Regionalberichterstattung?

Andrea Lütke: Immer, wenn es Ereignisse an Landesgrenzen gibt, arbeiten wir natürlich mit den angrenzenden Landesrundfunkanstalten zusammen. Das ist auch unter den Gesichtspunkten der Bündelung von Kapazitäten und der Nutzung von Synergien sinnvoll. Diese Zusammenarbeit gibt es aber nicht institutionalisiert, sondern sie entsteht immer bei aktuellen Ereignissen.

Abg. **Jens Nacke** (CDU): Sie betonen, der Ausbau der digitalen Angebote liege Ihnen besonders am Herzen. Die Struktur der linearen Angebote gibt bekanntlich gewisse Grenzen vor. Bestimmte Videos können zum Beispiel nicht in „Hallo Niedersachsen“ ausgestrahlt werden, weil die Sendezeit begrenzt ist. Inwieweit werden sich mehr niedersächsische Produktionen in den Mediatheken und Audiotheken wiederfinden können?

Joachim Knuth: Die Zunahme wird in hohem Maße stattfinden, und zwar analog zu dem, was wir aus dem Radio und Fernsehen in der Region in die überregionalen Programme und ins Erste transportieren wollen.

Ein besonders eindrückliches Beispiel. Wir haben hier im Norden mit der „tagesschau“ die wohl stärkste Nachrichtenmarke Deutschlands. Sie hat um 20 Uhr im Durchschnitt 10 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer. Bei ARD-aktuell erkennen wir - und das gilt auch für die Ausspielwege und die Nutzung in allen Ländern -, dass ein Großteil der Menschen inzwischen über Instagram erreicht wird. Es sind immer noch geprüfte Nachrichten, aber die Narration und die journalistische Herangehensweise sind andere als bei den 90-Sekunden-Beiträgen der „tagesschau“. Inzwischen folgen mehr als 5,2 Millionen Menschen aus ganz Deutschland der „tagesschau“ bei Instagram und setzen sich mit geprüften, faktenorientierten Nachrichten auseinander. Das berührt den Gemeinschaftsgedanken, denn das betrifft alle Länder; das betrifft Niedersachsen, aber auch Bayern.

Mit diesen Angeboten erreichen wir Menschen, die möglicherweise nie auf die Idee kommen würden, die „tagesschau“ um 20 Uhr zu schauen. Deren Durchschnittsalter liegt bei ungefähr 30 Jahren. Die Zuschauerinnen und Zuschauer der Tagesschau liegt bei ungefähr 60 Jahren. Das zeigt: Wenn wir über Zielgruppen und Dekadengerechtigkeit - wie wir es nennen - sprechen,

müssen wir das mit den gemeinsamen Mitteln, die wir in der ADR haben, auf alle Länder ausrollen. Denn ein Integrationsrundfunk für alle muss immer den Anspruch haben, auch Menschen zu erreichen, die nicht um 20 Uhr linear die „tagesschau“ schauen.

Das gilt auch für vieles andere, was wir im non-linearen Bereich tun, und somit in hohem Maße auch für das, was wir in der Mediathek machen. Viele unserer Angebote, auch aus Niedersachsen, die in der ARD-Mediathek für alle und nicht nur die Menschen aus Norddeutschland verfügbar sind, erzielen relativ große Reichweiten bzw. hohe Klickraten. Dass solche Plattformen helfen, den regionale Ansatz noch einmal deutlich zu erweitern, ist der neue Gedanke.

Andrea Lütke: Unsere Angebote wie „Nordtour“ oder „Nordseereport“ haben wir stärker auf die Mediathek ausgerichtet. Sie laufen nun sowohl dort als auch im linearen Fernsehen besser. Wir denken überall um. Wir haben, übrigens insbesondere in den Studios, viele junge Reporterrinnen und Reporter. Wenn diese heute bei einem Dreh sind, denken sie anders. Sie denken schon mit, welche Videosequenzen für andere Ausspielwege benötigt werden. Das Material wird also nicht mehr nur für „Hallo Niedersachsen“ oder „Die Nordreportage“ genutzt, sondern Sie werden viele der Bilder auf verschiedenen Ausspielwegen wiederfinden können.

Verband Nordwestdeutscher Zeitungsverlage und Digitalpublisher e. V. (VNZV)

Schriftliche Stellungnahme: Vorlage 3

Anwesend:

- *Stefan Borrmann, Geschäftsführer*

Stefan Borrmann: Ich habe den Antrag der CDU-Fraktion mit Interesse gelesen und hatte bei der Lektüre ein gewisses Déjà-vu-Erlebnis. Ich dachte: Das hast du doch vor etwa 20 Jahren schon einmal gelesen. Ich schaue Jens Nacke an. Bereits Christian Wulff hatte damals schon das Ansinnen, dass das Geld, das in Form von Gebühren - damals waren es noch Gebühren - im Staatsvertragsland Niedersachsen eingenommen wird, hier auch ausgegeben wird. Damals wurde auch schon einmal versucht, durch eine Veränderung des NDR-Staatsvertrages diesbezüglich eine Änderung zu erwirken. Deshalb habe ich ein Déjà-vu-Erlebnis, und daran merken Sie, wie lange ich bereits in diesem Geschäft bin.

Dem CDU-Antrag kann ich in zwei Punkten zu 100 % zustimmen.

Der erste Punkt: Wenn in Niedersachsen die höchsten Beitragsmittel zusammenkommen, sollte dieses Geld in der Tat auch in die Wirtschaft des Landes und das Programm usw. investiert werden können. Das sollte in besonderer Art und Weise für das Land Niedersachsen eine positive Entwicklung sein.

Jetzt haben wir von Frau Lütke und Herrn Knuth gehört, dass das ohnehin schon geschieht. Ich habe aus dem Vortrag eben gelernt, dass bereits viele Programmbeiträge nur für Niedersachsen produziert werden. Ich weiß aber natürlich nicht en détail über die Lasten- und Produktionsverteilung Bescheid. Das können andere sicherlich viel besser beurteilen als ich.

Der zweite Punkt: Bezüglich der Gespräche der Rundfunkkommission stimmen wir zu, dass das Einstimmigkeitsprinzip in der Tat problematisch ist. Bei den Überlegungen im Rahmen der Rundfunkkommission zu einem neuen Medienstaatsvertrag bin ich nicht ganz so optimistisch wie Herr Nacke. Das Thema Einstimmigkeitsprinzip wird sich relativ schnell auflösen, wenn es um konkrete Forderungen geht. Das ist heute aber nicht das Thema. Ich wollte nur sagen, das Einstimmigkeitsprinzip stellt meines Erachtens ein großes Hindernis für eine neue Regulierung der medienpolitischen Grundordnung in Deutschland dar. Zu unserem dualen Rundfunksystem und der Presse sind andere Medien gekommen. Insofern denke ich, man müsste beim Einstimmigkeitsprinzip etwas ändern.

In der Diskussion, die sich rund um die mögliche Kündigung des MDR-Staatsvertrags durch Thüringen entzündet hat, hat es in den vergangenen Wochen viele Beiträge dazu gegeben, wie das funktionieren könnte. Das möchte ich gern auf die Forderungen der CDU übertragen. Wenn man mehr Regionalität und mehr Niedersachsenbezug in den Programmen des NDR haben will, müsste man wahrscheinlich den NDR-Staatsvertrag aufbohren und nicht den Medienstaatsvertrag in den Fokus nehmen.

In der schriftlichen Stellungnahme haben wir schon ausführlich zu dem Thema Regionalberichterstattung Stellung genommen. Für uns als Presse ist das eine zweischneidige Angelegenheit. Wir haben Verständnis für die Forderung, dass ein Landessender für Landes- und Regionalberichterstattung verantwortlich sein soll. Gleichwohl buhlen viele weitere Medien genauso um die Gunst der Hörer, Seher und Nutzer der Programme beziehungsweise Online-Angebote. Das gilt erst recht für die Presse.

Will heißen: Wenn man seitens der Politik in diesen Markt eingreifen und den NDR auffordern würde, die Berichterstattung über Niedersachsen deutlich auszuweiten, würde das möglicherweise dazu führen, dass andere Medien in diesem Wettbewerbsmarkt Nachteile bekommen. Dadurch entsteht eine negative Tendenz, weil wir uns teilweise genau wie die privaten Radios durch Werbung refinanzieren. Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein gleichartiges Regionalangebot bietet, werden die Nutzer vielfach eher zu dem „kostenlosen“ Angebot greifen als zu dem Angebot, das entweder Werbung enthält oder sich sogar hinter einer Bezahlschranke befindet.

Das heißt also, eine entsprechende Verpflichtung des NDR würde aus unserer Sicht zu negativen Konsequenzen für die Einnahmesituation der privaten kommerziellen Medienangebote führen. Das werden die Herren von Antenne Niedersachsen und Radio 21 sicherlich gleich auch unterstrichen werden.

Ich wollte auch auf die Kategorien der Regionalberichterstattung zu sprechen kommen. Etwas, das beispielsweise am Zwischenahner Meer ein Gegenstand der Regionalberichterstattung wäre, ist für die Nordwestzeitung letztlich die Lokalberichterstattung. Man kann eigentlich also nicht sagen, dass eine trennscharfe Abgrenzung zwischen lokaler Berichterstattung und Regionalberichterstattung existiert. Wenn ein lokales Ereignis eine bestimmte Bedeutung hat, wird die Berichterstattung darüber über den lokalen Raum hinausgehoben. Wenn eine Regionalberichterstattung geplant ist, wünsche ich mir, dass es eine Definition oder eine begriffliche Abgrenzung von Lokal- und Regionalberichterstattung gibt.

Ich möchte auf einen weiteren Umstand hinweisen, der es uns möglicherweise ermöglichen kann, den Fokus zu erweitern. Zur aktuellen Medienlandschaft wird kommuniziert, dass die Werbelandschaft weltweit in diesem Jahr höchstwahrscheinlich erstmals 1 Billion Dollar an Werbeeinnahmen erzielen wird. 1 Billion Dollar! Von dieser Summe, so prognostizieren britische Werbeforscher, werden rund 45 % von den großen Plattformen Amazon, Alphabet und Meta eingenommen werden. Man kann sich vorstellen, welche Macht dahintersteckt. Deshalb lautet mein Plädoyer, dass wir uns eigentlich darauf besinnen sollten, unsere nationalen Marken und vor allen Dingen die Medienordnung in Deutschland zu stärken und zu sichern, damit es allen etablierten Medienmarken möglich ist, weiterhin zu überleben. Entsprechend haben wir uns auch in der schriftlichen Stellungnahme geäußert, wo wir darauf hingewiesen haben, dass das Bundesverfassungsgericht damals schon gesagt hat: Seht bitte zu, dass alle Mediengattungen nebeneinander leben können und die Refinanzierbarkeit gewährleistet ist.

Abg. **Jens Nacke** (CDU): Einer der Kritikpunkte des VNZV lautet - Sie haben es auf Seite 4 Ihrer Stellungnahme auch ausgeführt -:

„Gerade aus der Programmangebotsbeobachtung bei Radio Bremen zum Beispiel ist nachweisbar, dass die umfassenden Inhalte in Form von Texten und auch (stehenden) Bildern bei gleichzeitiger Verwendung pressemäßiger Stilmittel (Bericht, Kommentar, Glosse, Feature, Bildergalerie etc.) eine komplette Tageszeitung widerspiegeln.“

Wäre es für die Zeitungsverlage bereits eine zusätzliche Belastung, wenn weitere non-lineare Angebote im Audio- und Videobereich hinzukäme? Oder wäre auch eine Kombinationslösung denkbar, wie es - beschrieben in der Stellungnahme des NDR - der Fall ist, wenn die HAZ einen Livestream des NDR auf ihrer Internetseite integriert?

Stefan Borrmann: Bekanntlich tut sich die Presselandschaft in Deutschland sehr schwer mit der digitalen Transformation. Es bereitet große Schwierigkeiten, die Printprodukte weiterhin zu dem bisherigen Preis zu verteilen, es gibt keine Zusteller. Gleichzeitig wünschen sich gerade die Menschen auf dem Land das gewohnte Produkt, nämlich die Zeitung im Briefkasten. Die Zeitungsverlage unternehmen seit vielen Jahren schon größte Anstrengungen, auf digitale Produkte umzuswitchen. Sie sind aber darauf angewiesen, dass solche digitalen Produkte, wenn es sich nicht um Reichweitenportale der Zeitungen handelt, gegen Entgelt angeboten werden, weil die Inhalte ja nicht verschenkt werden können. Die Urheber müssen bezahlt werden.

Wenn es in großer Zahl vergleichbare Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch im non-linearen Bereich gibt, werden andere Angebote dementsprechend weniger genutzt. Das ist etwas, das wir im Fall von Radio Bremen feststellen. Radio Bremen ist online sehr presseähnlich und hat viele Texte und stehende Bilder. Diese Konkurrenzsituation mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk von Radio Bremen führt dazu, dass die Angebote von *Weser-Kurier*, *Nordsee-Zeitung* etc. weniger konsumiert werden und die digitale Transformation dort fast gar nicht gelingt. Das ist das große Problem.

Als darüber gesprochen wurde, den lokalen kommerziellen Rundfunk in Niedersachsen zu erlauben, sind seinerzeit seitens des NDR an den Standorten, wo früher die Bezirksregierungen waren, entsprechende Online-Angebote eingerichtet worden. Das heißt, die Regionalberichterstattung ist damals ohnehin schon verstärkt worden. Ihre weitere Ausdehnung würde die Kommerzialisierung unserer Angebote massiv erschweren.

Abg. **Jens Nacke** (CDU): Der Fall mit Radio Bremen, der auch in Ihrer Stellungnahme angeführt ist, ist einer der Punkte, die ich sehr auffällig finde. In meiner Wahrnehmung führt die Querfinanzierung von Radio Bremen seitens der ARD dazu, dass das Angebot von Radio Bremen über das hinausgeht, was der NDR in seinen Staatsvertragsländern anbieten kann. Das geht auf einen Beschluss des Bremer Parlaments zurück. Davon betroffen sind presseähnliche Texte, die zu einer Unterlassungsklage geführt haben. Wie bewerten Sie das?

Stefan Borrmann: Ich kann mir vorstellen, dass auch der NDR nicht gerade glücklich mit dieser Form der Unterstützung für Radio Bremen ist. Wir werden im Zuge der Klage feststellen, ob das Handeln von Radio Bremen, natürlich durch Beschluss des entsprechenden Länderparlaments, wirklich rechtmäßig ist oder nicht. Die Haltung des Zeitungsverlegerverbands Bremen, dessen Geschäftsführer ich bin, ist sehr eindeutig. Die Marktbedingungen sind dort in besonderem Maße schwer, weil Radio Bremen sich aus unserer Sicht nicht fair im Wettbewerb verhält.

TELLUX Beteiligungsgesellschaft mbH

Per Videokonferenztechnik zugeschaltet:

- Martin Choroba, Geschäftsführer

Martin Choroba: Ich hoffe, mit meiner Perspektive eines mittelständischen Bewegtbildproduzenten bei Ihrer Anhörung hilfreich sein zu können. Ich beanspruche natürlich keine Allgemeingültigkeit für meine Aussagen. Aus der Perspektive eines Produzenten für fiktionale und non-fiktionale Programmangebote erlaube ich mir aber dennoch ein paar allgemeine Ausführungen.

Ich möchte betonen, dass ich ein Befürworter unseres dualen Rundfunksystems bin, weil ich es für eine zentrale mediale Errungenschaft unserer demokratischen Gesellschaft halte. Dieses System baut auf die soziale Marktwirtschaft auf, setzt einen finanziell und inhaltlich starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie eine funktionierende, wettbewerbsorientierte private Wirtschaft voraus.

Gestatten Sie mir, dass ich das duale System dabei etwas umfänglicher als vielleicht üblich definiere, indem ich eine engagierte mittelständische Produktionswirtschaft in Deutschland dazu zähle, die mit ihrer häufig äußerst komplexen Arbeit auch einen beitragsfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk wie auch private Programmanbieter stärkt. Sie hat insbesondere im Bewegtbildbereich mit ihrer Programmarbeit maßgeblich zu einer kulturellen, politischen und gesellschaftlichen Entwicklung unseres Landes beigetragen und ist deshalb für mich ebenfalls eine tragende Säule dieses dualen Systems - auch deshalb, weil sie eine besondere Hinwendung zum Programm hat.

Um das Programm muss es meines Erachtens letztlich auch gehen. Es ist in seiner Pluralität der Kompass für eine am Gemeinwohl orientierte Gesellschaft. Die Fokussierung auf eben dieses Programm in seiner Vielfalt und innewohnenden gesellschaftlichen Konfliktkultur kommt in den meisten Debatten, wie ich finde, zu kurz und verunsichert damit die beitragszahlende Bevölkerung. Denn wenn man diese umfängliche Programmarbeit differenziert betrachtet, ist unschwer zu erkennen, dass mittlerweile fast 9 Milliarden Euro für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

nicht viel sind, wenn man auch eine funktionierende kreative Produktionswirtschaft im Blick hat, auch wenn dies nicht heißen soll, Reformen des öffentlichen Rundfunks - gerade hinsichtlich von Doppelstrukturen zu unterlassen. Aber auch hier muss man überlegt vorgehen, denn alles hat seine Geschichte.

Deshalb wird meines Erachtens häufig zu laut und aufgeregt über Strukturen, Beitragserhöhungen, Privilegien, Wahlen etc. im Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk diskutiert, mit der Konsequenz, dass geradezu reflexartig das öffentlich-rechtliche System mal mehr und mal weniger gesellschaftspolitisch zur Disposition steht. Man muss bedenken: Über Jahre hat die Politik zum Beispiel in der ARD ein System geschaffen, das ihren länderspezifischen Interessen zu dienen hat. Dafür gibt es in einer föderalen Gesellschaft gute Gründe, allerdings ist dies in Zeiten der Digitalisierung nicht mehr so einfach möglich, weil nachfolgende Zuschauergenerationen digitaler und globaler unterwegs sind, während ältere Generationen noch in alten, linearen, lokalen Fahrwassern bedient werden wollen.

In diesem schwierigen Spagat zwischen Jüngeren und Älteren, zwischen lokal und global, zwischen digital und linear muss sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk neu erfinden. Dafür braucht er Zeit und Unterstützung, die am Ende nicht zuletzt dazu dienen, auch die Produktionswirtschaft zu stärken, die augenblicklich unter schwierigen Bedingungen arbeiten muss.

Insofern befürworte ich als gebürtiger Niedersachse und ehemaliger Produzent in Göttingen das Anliegen nach einer unter anderem verstärkten Programmarbeit aus und für Niedersachsen und die damit verbundene Stärkung der Produktionswirtschaft im Land.

Als ich in Göttingen vor Jahrzehnten meinen Berufsweg begann, war mir schnell klar, dass eine kreative und privatwirtschaftliche Produktionswirtschaft im Bereich Fiktionalität und Non-Fiktionalität nur geringe Chancen auf Entwicklung hat. Dafür sind die Rahmenbedingungen hier zu schlecht gewesen.

Auch heute noch höre ich aus meiner Heimatregion, dass das südliche Niedersachsen zu kurz komme, wenn es um Programmproduktion geht. Es bedarf daher meines Erachtens weiterer Bemühungen der hier agierenden Sender als auch einer reformierten deutschen Filmförderung, um Programmproduktion möglich zu machen, die über die bekannten Standorte Hamburg, Bremen und Hannover hinausgeht. Sicher ist es unrealistisch, anzunehmen, eine flächendeckende Programmwirtschaft in Niedersachsen etablieren zu können, denn Produktionswirtschaft orientiert sich nun einmal an der Infrastruktur von Medienmetropolen.

Nach unseren internen überschlagsartigen Erhebungen, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit haben, arbeiten ca. 55 nennenswerte Produktionsgesellschaften in Niedersachsen, häufig aber auch mit Hauptstandorten außerhalb Niedersachsens. Davon sind rund 47 Unternehmen als Kleinunternehmen zu bezeichnen, mit in der Regel nur einer Festanstellung. Dies macht auch für uns deutlich, dass Niedersachsen ein für eine unabhängige Produktionswirtschaft nicht sonderlich attraktives Bundesland ist. Das heißt aber nicht, dass sich diese Situation nicht verbessern ließe.

Wichtig dafür ist die Suche nach neuen Inhalten und die Weiterentwicklung vorhandener Ressourcen. In Göttingen ist zum Beispiel zu hören, dass wesentlich mehr machbar wäre. Hier ist

auf die Arbeit des kleinen Filmbüros Göttingen hinzuweisen, das sich mit Leidenschaft und Engagement in der Tradition der Filmaufbau GmbH sieht, die früher - also nach dem Zweiten Weltkrieg - für große Filmproduktionen in Göttingen stand. Es dürfte sinnvoll sein, solches Engagement stärker zu beachten, zu untersuchen und zu unterstützen, um Produzenten und Kreative zu motivieren, auch in Niedersachsen insgesamt mehr zu investieren.

Dies wird kein leichter Weg sein, weil dafür nötige Infrastruktur und Arbeitsplätze für Fachleute aufgebaut werden müssen. Dennoch scheint es mir sinnvoll, auch in der Produktionswirtschaft dem wirtschaftsstrategischen Motto „Local for Local“ mehr zu folgen und Niedersachsen neue produktionswirtschaftliche Impulse und Attraktivität zu verleihen. Die Digitalisierung bietet viele Möglichkeiten, um Räume für unternehmerisches Handeln in den Programmproduktionen zu öffnen.

Man muss sich nicht gleich die Penzing Studios bei Landshut in Bayern zum Vorbild nehmen, die 2022 gegründet wurden und bereits heute zu den wichtigen Playern in Deutschlands Studiobetrieben gehören. Hier werden große Hollywood-Produktionen digital, technisch und on location betreut. Man kann auch kleinere Brötchen in ähnlicher Weise backen und dadurch neue Wege beschreiten. Dafür bedarf es, wie bereits gesagt, weiterer Kraftansteuerung der Politik und aller Programmanbieter, um eine solche Produktionswirtschaft zu fördern.

Der Antrag, der eine qualitative und quantitative Stärkung der Programmarbeit in Niedersachsen anstrebt, bietet aus Sicht eines Produzenten eine solche Chance. Ebenso sehe ich in einer Reform der deutschen Filmförderung, wie sie seit Jahren gefordert und für den Bundeshaushalt 2025 erwartet wird, eine weitere wichtige Attraktivitätssteigerung des Produktionsstandortes Deutschland und seiner Länder und Regionen für eine wirtschaftlich und inhaltlich erfolgreich arbeitende mittelständische Produktionswirtschaft.

Abg. **Jens Nacke** (CDU): Ich bin über den Satz von Frau Lütke gestolpert, die vorhin gesagt hat, nirgends im Gebiet des NDR sei die Produzentenlandschaft so stark wie hier in Niedersachsen, und frage mich, ob die Zahl von 55 Produktionsgesellschaften hoch ist? Konzentriert sich das auf Hannover?

Martin Choroba: Das ist natürlich eine relative Frage. Deswegen betonte ich, in welcher Größenordnung sich die Anzahl der Beschäftigten bei vielen dieser Unternehmen bewegt. Es ist auf jeden Fall noch Luft nach oben, wenn es darum geht, die Region zu stärken. Aus Sicht eines Produzenten ist das natürlich immer der Fall.

Meine Unternehmensgruppe hat sich viele Jahre in Hamburg engagiert und hat dieses Engagement wieder zurückgefahren, weil Produktionen nicht in dem Rahmen möglich waren, der notwendig gewesen wären, um unseren Standort zu rechtfertigen. Wir haben die Arbeit am Hamburger Standort jetzt wieder in moderatem Maß aufgenommen. Ohne größere Konzepte in Niedersachsen würde ich mich aber scheuen, mich als Produzent außerhalb dieser Standorte zu engagieren. Ich will das aber nicht grundsätzlich ausschließen. Dazu bedarf es aber eigentlich größerer Ideen und größerer kreativer Überlegungen.

Ich denke nicht, dass das allein eine Frage des NDR ist, sondern es hängt auch von den Rahmenbedingungen ab, die die Politik schafft.

Abg. **Kirsikka Lansmann** (SPD): Vielen Dank für den ausführlichen Einblick in die Produktionswirtschaft, die für mich tatsächlich neu war.

Herr Knuth warnte, dass das bestehende Gefüge durcheinandergeraten würde, wenn bei der regionalen Verteilung umgeschichtet würde. Können Sie etwas dazu sagen, wie sich das möglicherweise auf die Produktionswirtschaft, auch in den anderen norddeutschen Bundesländern, auswirken würde?

Martin Choroba: Ich kann Ihnen dazu keinen umfassenden Überblick liefern, sondern nur aus meiner unternehmerischen Perspektive berichten. In Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein sind die Bedingungen für Produzenten nicht sehr rosig. Es wird sich sehr stark an den vorhin schon genannten großen Standorten orientiert, was natürlich immer auch etwas mit der Infrastruktur zu tun hat. Auch in Bayern lassen sich nicht überall Produktionsunternehmen finden. Es werden wirklich gut ausgebildete Fachkräfte benötigt, die man nicht überall bekommt und die nicht überall angesiedelt werden können.

Ich selbst habe vor vielen Jahren auch in Göttingen größere Produktionen durchgeführt. Das ist mit der heutigen Zeit natürlich nicht zu vergleichen, aber auch damals war es eigentlich schon zu teuer, weil alle Teams und Strukturen, die dafür benötigt waren, in die Region geholt werden mussten. Und das kann sich ein Produzent auf Dauer eigentlich nicht leisten. Das gilt auch für viele andere Bundesländer.

Wenn man die Region Niedersachsen - auch beim NDR - programmlich stärken will, ist es natürlich begrüßenswert, Ideen zu sammeln, wie dies ermöglicht werden kann. Ich habe nicht ohne Grund die Penzing Studios in Bayern erwähnt, die ihre Produktionstätigkeiten in kürzester Zeit enorm steigern konnten. Das muss und kann natürlich nicht eins zu eins als Vorbild dienen, aber man kann diese Entwicklung vielleicht auf andere Bereiche übertragen.

Ich kann natürlich nur aus meiner Erfahrung in Göttingen heraus sprechen und nicht für andere Bereiche. Ich erinnere mich, dort gab es die wichtige Tradition des wissenschaftlichen Films. Leider ist die dafür verantwortliche Institution, die durch die Bundesländer finanziert wurde, eingestellt worden. Dort sind enorm wichtige Produktionen von namhaften Wissenschaftlern entstanden, die auch für eine öffentlichkeitswirksame Verbreitung geeignet gewesen wären. Ich kann mir vorstellen, dass auch heute Produktionen in dieser Tradition möglich wären, wenn Fantasie, unternehmerisches Handeln und das Zusammenwirken verschiedener Institutionen kombiniert werden könnten, damit solche Ideen weiter kultiviert und weiterentwickelt werden können.

In jedem Fall würde ich mich freuen, wenn neue Ideen auch in abgelegeneren Regionen in Niedersachsen - und natürlich auch in anderen Bundesländern - entstehen und mit den vorhandenen Partnern entwickelt werden könnten.

VAUNET - Verband Privater Medien e. V.

Schriftliche Stellungnahme: Vorlage 5 und 6

Anwesend:

- Carsten Hoyer, Geschäftsführung Antenne Niedersachsen
- Steffen Müller, Geschäftsführung Radio 21

Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk

Schriftliche Stellungnahme: Vorlage 4

Anwesend:

- Harald Gehrung, Geschäftsführung ffn-mediengruppe

Carsten Hoyer fasst die Anmerkungen des VAUNET zu den Nrn. 1, 5 und 8 des Antrags in **Vorlage 6** zusammen, auf die insoweit verwiesen wird.

Steffen Müller: Nachdem Herr Hoyer zu den Grundsätzen des Verbandes vorgetragen hat, möchte ich um Ausführungen zu etwas Praktischem ergänzen.

Radio 21 war über viele Jahre ein darniederliegender Sender, der nicht genug zum Leben hatte, aber zu viel zum Sterben. Ich will Ihnen darlegen, wie durch Medienpolitik und Regelungen die duale Rundfunkordnung erheblich verändert werden kann. Die Möglichkeit, private, lokale Hörfunkwerbung in Niedersachsen einzuführen, hat dazu geführt, dass dieser Sender sich nach und nach durch Regionalisierung und Lokalisierung seiner Frequenzen zu einem prosperierenden Unternehmen entwickelt hat. Das ist eine Erfolgsstory ohne gleichen. Wir regionalisieren täglich für 26 unterschiedliche Städte in Niedersachsen. Von Leer und Aurich über Helmstedt und Celle bis nach Hildesheim liefern wir regionale publizistische Inhalte.

Warum war dies möglich? - Weil der Gesetzgeber die lokale Werbung eingeführt hat. Aber auch, weil er in der Grundordnung der dualen Rundfunkordnung im NDR-Staatsvertrag ein Geflecht geschaffen hat, das vorgibt, in welchem Bereich der öffentlich-rechtliche Rundfunk regionale Berichterstattung praktizieren soll und wo die Programme im Prinzip überörtlich angelegt sind. Das kennen Sie vom Landesprogramm NDR 1 und dem überörtlichen NDR 2 sowie den weiteren Programmen des NDR. Natürlich können auch auf NDR 2 lokale Inhalte, zum Beispiel ein Beitrag über Aurich, gesendet werden. Aufgrund der Tatsache, dass sich dieses Programm nicht auseinanderschalten lässt, wird aber eine natürliche Grenze eingehalten, weil die Leute in Hamburg oder Mecklenburg-Vorpommern nicht oft daran interessiert sind, was in Celle passiert. Dass sich der private Rundfunk, der nach dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommt, über eine landesbezogene, über regionale und lokale Berichterstattung, größere Marktanteile erarbeiten kann, war ein medienpolitisch gewollter Freiraum.

Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Radio 21 spielt Queen, das macht NDR 2 auch. Zusätzlich haben wir aber den Aspekt der Lokalität und Regionalität. Deswegen gewinnen wir Hörer, die gern Queen hören, aber auch ein größeres Interesse an lokaler Information haben. NDR 2 gewinnt Hörer,

weil es Menschen gibt, die stärker an der Überörtlichkeit interessiert sind. Sie haben eher das Norddeutsche im Blut und sind eher nicht so auf lokale und regionale Inhalte erpicht.

Wenn man jetzt aber an dieser Schraube zu drehen beginnt, gerät dieses genau austarierte Gleichgewicht in Gefahr. Ich sage Ihnen, das legt die Axt an die regionalen und landesweiten privaten Rundfunksender, die genau durch diese Entwicklung eine eigenständige Hörserschaft entwickelt haben.

In meiner Stellungnahme steht, ich schließe mich inhaltlich den Ausführungen von Herrn Hoyer und auch von Harry Gehrung voll an. Nach dem Vortrag des Intendanten kann ich auch sagen, ich schließe mich inhaltlich dem Vortrag des Norddeutschen Rundfunks ebenfalls an. Nur in einem Punkt stimme ich nicht zu: Sie deuteten an, dass ein Ausbau des regionalen Informationsprogramms mit Blick auf alle Zielgruppen, die die Programme des NDR erreichen, vorgesehen ist. Das heißt, dass man ein Auseinanderschalten von Frequenzen des NDR 2 und anderer Nicht-Landesprogramme des NDR in Erwägung zieht. Und das würde die sehr gut austarierte Programmlandschaft des Nordens zerstören. Wir haben über viele Jahre ein hervorragendes duales Rundfunksystem hier im Norden erlebt. Insofern bitte ich Sie, sehr sensibel vorzugehen, damit man für das, was man auf der einen Seite gewinnt, nicht auf der anderen Seite etwas verliert.

Harald Gehrung: Ich brauche eigentlich gar nicht mehr viel sagen, weil die Kollegen schon fast alles gesagt haben. Ich möchte nur auf zwei Punkte zu sprechen kommen. Zunächst: Ich vertrete heute die Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR), die 290 Mitgliedsunternehmen hat, zu denen Radio und auch Lokalfernsehen gehört. Wir sitzen in München, und ich bin Teil des Vorstands. Ich bin hier aber auch als Geschäftsführer der ffn-mediengruppe. Wie Sie wissen, gibt es uns schon ein bisschen länger: seit 38 Jahren. Wir sind eines der ältesten privaten Hörfunkprogramme und dafür bekannt, dass wir die Dinge immer sehr sachlich sehen und präzise analysieren.

Wir teilen die Auffassung, dass das duale Rundfunksystem wie hier im Norden ein gutes System ist. Es hat sich bewährt, und der Ausgleich funktioniert sehr gut. Der NDR ist aus unserer Sicht ein Musterbeispiel in Sachen Werbeaktivitäten. Wir haben große Sorge, dass ein Überstrapazieren der regionalen Berichterstattung, wie es Steffen Müller sagte, das Gleichgewicht zerstört.

Würde man Niedersachsen mit einem Facebook-Beziehungsstatus beschreiben wollen, wäre es „es ist kompliziert“. Als ich im Jahr 2003 als Geschäftsführer bei Radio ffn angefangen habe, hatten wir einen Slogan mit Niedersachsenbezug: „Superhits für Niedersachsen“. Daraufhin rief mich einer meiner 48 Gesellschafter an - das sind sehr viele, auch Tageszeitungen gehören dazu -, nämlich die Zeitungsgruppe Ostfriesland, und sagte: Herr Gehrung, was machen Sie da für einen Mist? Wir sind und bleiben Ostfriesen. - Es ist wirklich kompliziert. Deswegen liegt es uns auch fern, Ratschläge zu geben, wie man das noch besser machen kann.

Wenn das notwendige Geld verfügbar ist, ist das Modell des WDR mit dem Magazin „Lokalzeit“ sicherlich keine schlechte Möglichkeit. Mich in die inneren Angelegenheiten des NDR einzumischen, liegt mir aber fern. Wenn überhaupt, dann funktioniert soetwas nur im Fernsehen. Meine beiden Kollegen haben vor mir treffend vorgetragen, wie die Lage für das Radio ist.

Im Moment befinden wir uns in einer Rezession. Die aktuelle Lage - ich brauche nur nach Wolfsburg zu schauen - ist wirklich schwierig. Wenn Wolfsburg wackelt, dann wackelt eigentlich auch

der Mittelstand. Dann wackeln die Zulieferer, die teilweise unsere Kunden sind. Diese sind schon nicht mehr bei uns, sondern sie sind bei Instagram und TikTok. Wie Sie wissen, wollen viele Menschen heutzutage Informationen, die in zwei bis vier Sekunden weggeschrollt werden können. Der Intendant des NDR hat es eben schon gesagt: Wir versuchen, die jüngeren Menschen an unsere linearen Medien heranzuführen, indem wir unsere Produkte dort sichtbar machen. Gleichzeitig stellen wir fest, dass die lokale und regionale Berichterstattung, die vom NDR weiter gefordert wird, mittlerweile tatsächlich durch unsere privaten Kollegen wahrgenommen wird.

Sie haben es vielleicht mitbekommen: Regiocast, ein Radiounternehmen aus Norddeutschland beziehungsweise Berlin versucht sich mit 80s80s RADIO an Regionalisierung und ist über DAB+ hörbar. DAB+ ist in Niedersachsen fast noch ein Fremdwort. Wir waren lange Zeit nicht dafür; jetzt ist es Fluch und Segen, weil es plötzlich zu einer großen Vielfalt führt. Nun gibt es eine Niedersachsen-Edition mit Berichten aus Hildesheim, Hameln und Hannover. Alles das zeigt, wie volatil dieses System ist.

Lange Rede, kurzer Sinn: Wir sind eigentlich mit dem jetzigen Zustand zufrieden. Wir wünschen uns natürlich, dass die Konzernstruktur und auch der wirtschaftliche Aspekt, der immer wieder angesprochen wird, auch beim NDR stattfinden. Wir alle sind ja auch Beitragszahler. Ich kann aber nur sagen: Der NDR ist hier vorbildlich. Eine Veränderung in Bremen kann aus meiner Sicht nur aus Bremen kommen. Wir müssen erkennen, dass es jetzt Zeit ist, zusammenzuarbeiten. Sonst entstehen Probleme, wie sie im Saarland zu beobachten sind, wo ich sehr lange gelebt habe. Es ist kompliziert.

Abg. Jens Nacke (CDU): In Ihren Stellungnahmen habe ich im Wesentlichen die Sorge gelesen, dass lineare Angebote des NDR ausgebaut werden. Das sehe ich nicht. Ich sehe den Schwerpunkt eher beim Ausbau der Mediathekenangebote und im Zweifel auch beim Ausbau der Wortbeiträge in den Audiothekenangeboten. Befürchteten Sie auch eine besondere Belastung des Wettbewerbs, wenn es sich nicht um lineare Angebote - insbesondere musikunterstützte oder -dominierte - handeln würde?

Carsten Hoyer: Auch wir müssen künftig neben linearen Angeboten auch non-lineare Angebote produzieren und diese auch auf entsprechenden Plattformen vorhalten. Aus meiner Sicht handelt es sich dabei insofern genauso um eine Erschwerung des Wettbewerbs.

Die Herren Müller und Gehrung haben es geschildert. Wir sind bezüglich der Frage, was man dort alles anbieten kann, noch nicht ganz so weit wie der NDR. Aktuell versuchen wir, am Werbemarkt über Wasser zu bleiben und unsere linearen Programme zu refinanzieren. Wie können wir Gewinne erwirtschaften? Was können wir neben den bestehenden linearen Programmen noch in den Markt bringen? Aber natürlich prüfen wir bei Antenne Niedersachsen, wie wir mit non-linearen Angeboten künftig Umsätze erzielen können. Wir bieten beispielsweise Podcasts aus Oldenburg und Osnabrück an und sind gerade dabei, entsprechende Angebote auch für Hannover und Braunschweig zu produzieren. Insofern wäre das kein Unterschied und würde in Zukunft einen erschwerten Wettbewerb bedeuten.

Harald Gehrung: Ich möchte ergänzen: Es kommt auch darauf an, um was für einen Content es sich handelt. Gegen non-lineare Übertragungen von Landtagsdebatten hätten wir zum Beispiel nichts. Wir müssen auf unsere Einschaltquoten schauen; das ist ja unser Problem.

Ich habe angedeutet, dass uns durch die DAB+-Wettbewerbssituation kleine Stücke vom Kuchen weggenommen werden. Das führte in anderen Bundesländern dazu, dass die großen Sender im privaten Bereich wie Antenne Bayern oder Hit Radio FFH teilweise die Hälfte ihrer Hörerschaft verloren haben. Deswegen müssen wir einen Weg finden, das hinzubekommen. Der Königsweg ist immer der Bezug zur Region, die Regionalität. Es reicht nicht aus, nur Queen zu spielen, wie Steffen Müller schon gesagt hat. Hier hängt viel von der Attraktivität des nicht-linearen Angebots ab.

Wir machen einhundert Dinge, von denen eines erfolgreich wird. Viel hängt auch davon ab, wer etwas präsentiert. Podcast zum Beispiel ist ein sehr schwieriges Format: Man braucht 50, 60 Versuche, bis man dann etwas hat, das funktioniert. Man braucht auch einen langen Atem. Das ist wie bei Comedy. Wenn Sie jemandem ein Comedy-Programm vorführen, sagt die Person „um Gottes willen“ und winkt erst einmal ab. Man muss durchhalten. Deswegen würde ich nicht alles pauschal als super schwierig bezeichnen, sondern es hängt wirklich vom Inhalt ab.

Steffen Müller: Wie sich die Mediennutzung in den nächsten Jahren entwickeln wird, ist eine der zentralen Fragen. Es gibt relativ wenig Leitplanken, die den Markt organisieren und regeln. Es soll nicht so rüberkommen, dass wir als private Sender zu allem Nein sagen und fordern, der öffentlich-rechtliche Rundfunk müsse in die Schranken gewiesen werden.

Es kommt in der Tat, wie auch Harald Gehring gesagt hat, auf einen gemeinsamen Weg in einem dualen System an. Das ist auch daran zu sehen, dass auf nationaler Ebene die Entwicklung einer gemeinsamen Plattform von privaten und öffentlich-rechtlichen Anstalten diskutiert wurde. Die Herausforderungen der Medienentwicklung sind derart groß, dass man auch über zukünftige Strukturen nachdenken muss. Man kann im Umkehrschluss aber nicht sagen, das sei völlig irrelevant für uns. Es kommt hier wirklich darauf an, einen Weg zu finden, der beiden Systemen auch eine Zukunft ermöglicht.

Das Spannendste für Sie in der Politik ist, dass es weiterhin ein funktionierendes, duales Rundfunksystem gibt. Das erhöht nämlich auch den Wettbewerb der Systeme untereinander. Für alle, die ein Interesse an Publikationen haben, ist Wettbewerb das Beste.

Abg. **Jens-Christoph Brockmann** (AfD): Ich habe Sie so verstanden, dass für Sie der lokale Werbemarkt besonders wichtig ist. Aktuell besteht für nicht-lineare Angebote noch ein Werbeverbot. Neuerdings - Kai Gniffke hat das angesprochen - wird darüber diskutiert, dass die Öffentlich-Rechtlichen sich wünschen, dass Werbung in der Mediathek möglich ist. Nach meinem Verständnis wäre dort dann auch lokale Werbung möglich, weil der Standort des Nutzers im Internet ja zugeordnet werden kann. Damit würde aus meiner Sicht eine direkte Konkurrenz zu Ihren Angeboten bestehen. Wie bewerten Sie das für Ihre Zukunft?

Harald Gehring: Da wir über ARD-Werbung vermarktet werden, bin ich in dieser Frage befangen, weshalb ich das Wort meinen Kollegen gebe.

Steffen Müller: Am Ende kommt es aufs Detail an. In fünf Jahren wird womöglich 70 % der Rundfunknutzung über digitale Kanäle gehen. Heutzutage ist das im Audibereich noch völlig anders. Betrachtet man DAB+ als Übergangstechnologie und hat die Vision, dass lineare wie nicht-line-

are Inhalte über Streaming konsumiert werden, muss klar sein, dass es sich dabei um einen massiven Eingriff in die Wettbewerbssituation beim Angebot der privaten und der öffentlich-rechtlichen Sender handeln wird.

Ich glaube, heutzutage kann man noch keine pauschale Antwort auf diese Frage geben. So, wie man damals den Rundfunkstaatsvertrag über mehrere Jahrzehnte hinweg entwickelt hat - ein fein ausgeklügelter Weg, der zu einem gesunden Privatrado- und Privatrundfunkmarkt und einem erfolgreichen, kulturell starken öffentlich-rechtlichen System führte -, so wird man auch diese Herausforderungen angehen müssen, um Wege zu finden und entsprechende Leitplanken zu errichten, damit dem System die digitale Transformation gelingt. Das ist die Herausforderung, vor der wir stehen: Wie wird das duale System, das noch aus der analogen Zeit kommt, die digitale Transformation schaffen? Diese Arbeit ist noch nicht gemacht, das wird jeden Tag diskutiert. Wir haben hierfür noch keine endgültige Lösung, mit der beide Systeme abgesichert werden können.

Abg. Kirsikka Lansmann (SPD): Grundsätzlich herrscht im Bundesland Niedersachsen zumindest unter den Radiosendern eine relativ große Vielfalt und somit im Vergleich zu beispielsweise Bayern oder Baden-Württemberg natürlich auch eine starke Konkurrenz. Dass DAB+ deutschlandweit zu einer noch größeren Konkurrenz führen wird, haben Sie gerade auch schon angesprochen. Herr Hoyer, Sie haben auch gesagt, die momentane wirtschaftliche Lage sei nicht rosig.

Wenn wir die Regionalität beim NDR noch stärker ausbauen würden, obwohl wir bereits jetzt schon verstärkt dabei sind, würde das die Radiosender wahrscheinlich noch stärker unter Druck setzen. Habe ich das richtig verstanden?

Harald Gehrung: Ich kann nur wiederholen, dass das für uns beim Fernsehen kein Problem darstellt, beim Radio aber schon, weil dort alles über die Regionalität läuft. Es wäre natürlich entscheidend, dass der regionale Bereich dann auch beim NDR vermarktbar würde. Die Sorge ist, dass die Zunahme regionaler Berichterstattung einen Einfluss auf die Quote und damit einen mittelbaren Effekt auf die Vermarktung haben wird und - das ist das Schwierige, das fänden wir gar nicht gut; hier gibt es im Südwesten Zuckungen - dass es eine sublandesweite Vermarktung geben würde

Carsten Hoyer: Ich stimme Herrn Gehrung vollumfänglich zu. Ich möchte noch auf etwas hinweisen, was man sich vielleicht gar nicht mehr so vergegenwärtigt, wenn man in Niedersachsen ist. Im Radio gilt der Leitspruch: „If you can make it there, you can make it anywhere.“ In Niedersachsen ist der Markt so eng, wie sonst eigentlich nur noch in Berlin. Das liegt zum einen an ein paar Sondersituationen rund um Hamburg und Bremen. Das liegt zum anderen vor allem aber an etwas anderem: Hier sitzen drei Vertreter von drei landesweiten privaten Sendern. Das finden Sie in keinem einzigen anderen Bundesland.

Dann sind vor ein paar Jahren die vorhin angesprochenen kommerziellen lokalen Privatsender dazugekommen. Darüber hinaus existiert ein heftiger Wettbewerb in Grenzgebieten mit Sachsen-Anhalt: Wir wissen, dass die Angebote aus Sachsen-Anhalt wirklich auf Südniedersachsen zugeschnitten sind und dort beachtliche Reichweiten erzielen. Und von Spotify, Amazon Music, Apple Music etc. habe ich noch gar nicht gesprochen. Der Wettbewerb in Niedersachsen ist sehr stark und sehr hart.

Hinzu kommen sehr gut aufgestellte Hörfunkwellen mit NDR 1 und NDR 2. Der NDR hat im Vergleich zu Sendern anderer Bundesländer immer schon ein Programm gehabt, das dazu führt, dass Hörerinnen und Hörer, die sonst vom Privatrado abgeholt worden würden, NDR 2 gehört haben. Hier findet ein richtig harter Wettbewerb statt. Eine Ausweitung des regionalen Angebotes des NDR kann insofern überhaupt nicht in unserem Interesse sein. Denn das regionale Angebot ist unser zentraler Erfolgsfaktor, der auch eine große Unterscheidbarkeit beispielsweise zu internationalen Plattformen wie Spotify schafft. Die Musik bekommen Sie bei uns und bei Spotify, aber die regionalen Informationen gibt es nur bei uns.

Teil unserer Lizenzen ist übrigens, dass wir jede Woche in Niedersachsen regionale Zeitfenster - 75 Minuten in vier Regionen - vorhalten. Das tun wir nicht nur, weil wir es müssen, sondern auch weil wir davon überzeugt sind, dass das für Antenne Niedersachsen ein wesentliches Asset im Wettbewerb ist. Und das gilt mit Sicherheit auch für die Kollegen. Jede Ausweitung regionaler Berichterstattung - egal von wem - ist für uns erstmal schwierig.

Harald Gehring: Ich ergänze zum Stichwort Wirtschaftlichkeit: Radio ffn hatte mal sieben Regionalstudios, jetzt haben wir noch drei. Die wirtschaftlichen Folgen nach Corona sind so heftig gewesen, dass sich das nicht mehr gerechnet hat und wir die Studios schließen mussten. Solche Effekte würden dann noch weiter verstärkt. Wir sehen Göttingen und Oldenburg, wo unsere Regionalstudios sind, als Key-Regionen. Die Entwicklung ist aber nicht trivial.

*

Der **Unterausschuss** kommt überein, die Beratung über den Antrag nach Auswertung der Ergebnisse der Anhörung in seiner für den 2. Oktober 2024 geplanten Sitzung fortzusetzen.

Tagesordnungspunkt 2:

Informationen zur parlamentarischen Informationsreise nach Großbritannien und Irland

Vors. Abg. **Eike Holsten** (CDU) teilt dem Unterausschuss mit, der Ältestenrat habe in seiner Sitzung am 21. August 2024 der Informationsreise nach Großbritannien und Irland zugestimmt. Der Anmeldebogen sei am 30. August 2024 versandt worden.

Die Landtagsverwaltung habe zur Programmabstimmung Kontakt mit den Botschaften in London und Dublin aufgenommen. Bisher seien folgende Programmpunkte vorgesehen.

London:

- Besuch der BBC; Thema: Einblick in die Strukturen öffentlich-rechtlicher Medien in Großbritannien
- Besuch bei The Guardian und/oder Daily Telegraph; Thema: Journalismus im digitalen Zeitalter
- Besuch bei Reuters und Tortoise Media; Thema: Journalismus im digitalen Zeitalter
- Besuch der British Association of Journalists und einer weiteren Organisation; Thema: Pressefreiheit in den sozialen Medien

Dublin:

- Besuche bei Meta, TikTok und Google; Thema: DSA - Gesetz gegen illegale Inhalte im Internet
- Besuch der öffentlich-rechtlichen Rundfunkgesellschaft RTÉ
- Besuch der Bibliothek des Trinity College
