

Zusammenfassungen

Christian Zabel/
Frank Lobigs
**Crowding-in-
Effekte der
öffentlich-
rechtlichen
Werbevermarktung**
Eine Analyse am
Beispiel des
österreichischen
Werbemarktes und
Medienstandortes
MP 5/2022,
S. 206-220

Im Rahmen der Beratungen über die Novellierung des ORF-Gesetzes (ORF-Digitalnovelle) wird in Österreich eine medienpolitische Diskussion über die weitere Ausrichtung und die Entwicklungsperspektiven des öffentlich-rechtlichen Medienunternehmens geführt. Eine im Zusammenhang mit vielen anderen Aspekten diskutierte Option ist eine Beschränkung der Refinanzierungspotenziale des ORF über den Werbemarkt. Vor dem Hintergrund medienpolitischer Bewertungen stellt sich die Frage, inwieweit der ORF als öffentlich-rechtlicher Sender durch die Werbevermarktung seiner Inhalte der inländischen Medienwertschöpfung tatsächlich nützt, bzw. ein Werbeverbot schaden würde.

Im Rahmen eines für ORF Enterprise erstellten Gutachtens zeigt sich in aufwändigen Analysen, dass der Medienstandort Österreich von Werbeverboten oder spürbaren Einschränkungen der Werbevermarktung des ORF nicht profitieren würde. Vielmehr wäre bei einem Wegfall der Werbemöglichkeiten des ORF in Fernsehen und Hörfunk mit Wertschöpfungsverlusten alleine in der Medienwirtschaft von deutlich mehr als 100 Millionen Euro pro Jahr zu rechnen. Die Verluste kommen insbesondere durch den umfangreichen Abfluss der Werbebudgets ins Ausland zustande, ohne dass die negativen Konsequenzen für den Medienproduktionsstandort Österreich auch nur im Ansatz kompensiert würden. Vielmehr würden sich die Wertschöpfungsverluste nahezu vollständig auch in Verlusten für die heimische Medienproduktion niederschlagen. Hierdurch würden nicht nur viele Medienproduzenten in Österreich erhebliche Einkommensrückgänge oder Arbeitsplatzverluste beklagen müssen, auch für die Medienkonsumenten würde die Vielfalt des Medienangebots in der Folge vermutlich spürbar abnehmen.

Im Ergebnis wird der ORF benötigt, um einen funktionsfähigen Anbieterwettbewerb für die werbetreibende Wirtschaft in Österreich zu ermöglichen und zu erhalten. Deshalb ist aus ökonomischer Sicht auch zur Vorsicht zu raten, wenn gefordert wird, die Wettbewerbsinstrumente des ORF einseitig zu beschneiden. Der ORF sollte sich gegen ansonsten übermächtige „Giants-Next-Door“ oder „Global Digital Giants“ behaupten können.

Die kontinuierliche Fernsehprogrammforchung von ARD und ZDF dient der langfristigen Beobachtung von Programmentwicklungen im deutschen Fernsehen. Die jährlichen Programmstrukturanalysen liefern empirisch nachprüfbar Informationen über den jeweiligen Gesamtumfang der informierenden und unterhaltenden Sendungsangebote in öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehprogrammen. Aus medienpolitischer Perspektive sind diese Strukturdaten eine zuverlässige Grundlage für die Beurteilung von Programmleistungen. Für das Jahr 2021 stellt sich Frage, ob und wie sich der besondere Ereigniskontext (Corona-Pandemie, Bundestags- und Landtagswahlen, Hochwasserkatastrophe etc.) in den Programmangeboten von ARD, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben niedergeschlagen hat.

Im Ergebnis unterscheiden sich die Informationsinfrastrukturen der analysierten Fernsehprogramme, die in der ARD/ZDF-Programmanalyse analysiert werden, zum Teil deutlich voneinander. Das betrifft nicht nur den Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen Programmen auf der einen und privaten Programmen auf der anderen Seite, sondern auch immanente Differenzen zwischen den privaten Senderfamilien und Programmen. Das Erste und das ZDF weisen ereignisunabhängig ein großes Volumen an journalistischen Informationsformaten auf, das mit Standardsendungen fest im Programm verankert ist und ereignisbezogen durch Sondersendungen ergänzt wird. Mehr als bei allen anderen Programmen wurden außergewöhnliche Ereignisse mit aktuellen Sondersendungen intensiv begleitet.

Im privaten Sektor hat RTL 2021 seine Position als das informationsstärkste private Fernsehvollprogramm ausgebaut. VOX verfügte über kein nennenswertes Informationsangebot. Sat.1 wies auf niedrigem Niveau kaum Veränderungen im Informationsangebot auf. ProSieben rief 2021 eine „Informationsoffensive“ aus, die sich in den Programmanalysen bisher aber nicht eindeutig niederschlägt. Hier wird die weitere Entwicklung zu beobachten sein.

Torsten Maurer/
Matthias Wagner/
Hans-Jürgen Weiß
**Programmprofile
von Das Erste, ZDF,
RTL, VOX, Sat.1
und ProSieben**
Ergebnisse der
ARD/ZDF-
Programmanalyse
2021
MP 5/2022,
S. 221-242

Torsten Maurer/
Hans-Jürgen Weiß/
Matthias Wagner
**Informationsprofile
von Das Erste, ZDF,
RTL und Sat.1**
Ergebnisse der
ARD/ZDF-
Programmanalyse

2021
MP 5/2022,
S. 243-264

Die Programmanalyse liefert seit vielen Jahren belastbare Informationen zum Programmumfang und -inhalt der reichweitenstärksten deutschen Fernsehsender. Im zweiten Teil der ARD/ZDF-Programmanalyse 2021 werden die journalistischen Informationsangebote von Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 inhaltlich analysiert. So können klare Angebotsprofile im Informationsangebot identifiziert werden.

Die Informationsangebote der vier untersuchten Fernsehprogramme waren 2021 – wie schon 2020 – maßgeblich durch Sendungen und Beiträge zur Corona-Pandemie geprägt. Insgesamt fast ein Drittel der gemeinsamen Informationssendezeit war in irgendeiner Weise mit der Corona-Krise verknüpft – etwas weniger als im Vorjahr (41 %). Neben der Corona-Pandemie nahmen die Klimakrise sowie die Wahlen des Jahres den meisten Raum ein.

Bei den thematischen Schwerpunktsetzungen zeigt sich die herausgehobene Bedeutung, die gesellschaftlich relevante Informationen bei ARD und ZDF haben. Dort nahmen politische Themen 2021 den größten Raum in der Berichterstattung ein, gefolgt vom Themenbereich Wirtschaft und Gesellschaft. Von den beiden privaten Anbietern wurde hingegen das Schwergewicht der Informationsangebote auf Human-Touch-Themen gelegt. Die Themenbereiche Wirtschaft und Gesellschaft sowie Politik folgten mit deutlichem Abstand. Umgerechnet in Sendezeit hatten an einem durchschnittlichen Programmtag politische Themen bei ARD und ZDF damit einen Umfang von dreieinviertel bzw. dreieinhalb Stunden. Bei Sat. 1 lag dieser bei unter einer halben, bei RTL unter einer Stunde.

Auch im Hinblick auf die ausgestrahlten Formate zeigt sich eine größere Vielfalt bei den öffentlich-rechtlichen Programmen. Neben deutlich ausführlicheren Nachrichtenformaten entfiel je ein Drittel der Informationssendezeit bei ARD und ZDF auf Magazinsendungen sowie andere Formate (z.B. Talkformate, Reportagen und Dokumentationen), während bei RTL und Sat.1 überwiegend in Form von Nachrichtensendungen berichtet wurde.

International vergleichende Indizes haben zuletzt einen globalen Rückgang demokratischer Freiheiten konstatiert, darunter auch in europäischen Ländern wie Ungarn, Polen, Serbien, Slowenien oder der Tschechischen Republik. Mit dieser Entwicklung stellt sich die Frage nach der Bedeutung der Medien für die Demokratie: Wie kann Medien- und Meinungsppluralismus in der EU sichergestellt werden? Welchen Beitrag können sie zum Demokratieverständnis leisten und so Demokratien stabilisieren? Die öffentlich-rechtlichen Medien spielen hierbei eine besondere Rolle, da ihr gesetzlicher Auftrag üblicherweise auch ihren Beitrag zum (demokratischen) Gemeinwesen betont.

Vor diesem Hintergrund hat die European Broadcasting Union (EBU) den Report „Democracy and Public Service Media“ veröffentlicht. Die Studie setzt mittels Korrelationsanalysen Kennzahlen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf Länderebene mit demokratiebezogenen Indikatoren ins Verhältnis. Es wurde angenommen, dass ausreichend finanzierte und von den Bürgern als glaubwürdig und unabhängig geschätzte öffentliche Medien ihrem Auftrag besser nachkommen können. Weiter wurde vermutet, dass Input und Impact des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im positiven Zusammenhang stehen zu Einstellungen und Haltungen der Bevölkerung. Zudem wurde angenommen, dass starke Öffentlich-Rechtliche sich positiv auf das Vertrauen in Nachrichten, die Wahrnehmung von Meinungsvielfalt sowie die Sorge vor „Fake News“ auswirken.

Die Studie zeigt zahlreiche Zusammenhänge zwischen der Stärke des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und Kennzahlen demokratischer Qualität. Die Ergebnisse der Analyse stützen diese Annahmen grundsätzlich. Statistisch signifikante Korrelationen mit der Stärke des öffentlich-rechtlichen Systems bestehen für alle drei hier gewählten Teilbereiche demokratischer Qualität: für die Situation der Demokratie ebenso wie auf der Ebene von Einstellungen der Bevölkerung und mit Blick auf die Qualität des Mediensystems.

Aber auch umgekehrte Kausalzusammenhänge sind möglich: Starke Demokratien investieren tendenziell mehr in „ihren“ öffentlich-rechtlichen Rundfunk und sind eher geneigt, dessen Unabhängigkeit zu garantieren, wodurch er zu einem von der Bevölkerung anerkannten und führenden Player am Medienmarkt wird und für glaubwürdiger und unabhängiger gehalten wird.

Dominik Speck
**Öffentlich-
rechtlicher
Rundfunk und
demokratische
Qualität in Europa**
Ergebnisse der
EBU-Studie Public
Service Media and
Democracy
MP 5/2022,
S. 265-276