

Antrag

der Abgeordneten Thomas Hacker, Katja Suding, Grigorios Aggelidis, Renata Alt, Jens Beeck, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Sandra Bubendorfer-Licht, Dr. Marco Buschmann, Hartmut Ebbing, Dr. Marcus Faber, Daniel Föst, Otto Fricke, Reginald Hanke, Peter Heidt, Markus Herbrand, Manuel Höferlin, Dr. Christoph Hoffmann, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Olaf in der Beek, Gyde Jensen, Dr. Christian Jung, Dr. Marcel Klinge, Pascal Kober, Dr. Lukas Köhler, Konstantin Kuhle, Alexander Kulitz, Ulrich Lechte, Michael Georg Link, Alexander Müller, Matthias Nölke, Dr. Wieland Schinnenburg, Matthias Seestern-Pauly, Dr. Hermann Otto Solms, Benjamin Strasser, Michael Theurer, Stephan Thomae, Dr. Florian Toncar, Nicole Westig und der Fraktion der FDP

Privatrundfunk vor dem Corona-Kollaps bewahren

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben nicht nur die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den Bereichen Programm, Personal und Produktion erschüttert, sondern auch die private Medienlandschaft in allen Bereichen massiv getroffen. Dabei berichten auch die privaten Medien im Verlauf der Krise kontinuierlich und eingehend über die Maßnahmen und Folgen der Pandemie. Sie sind ihrer systemrelevanten Aufgabe nachgekommen und leisten tagtäglich einen elementaren Beitrag zum Erhalt der Medien- und Angebotsvielfalt.

Über 90 Prozent der Bevölkerung in Deutschland werden über Radio- und TV-Programme der Privaten erreicht. Der staatlich veranlasste Shutdown und die bundesweiten Kontaktbeschränkungen haben dazu geführt, dass die Bürger mehr Zeit zu Hause verbrachten und sich fortlaufend über die Krise und die damit verbundenen Regierungsmaßnahmen informierten. Die Krisenzeit und alle damit verbundenen Einschränkungen des öffentlichen Lebens haben dabei übergreifend zu einer intensiveren Nutzung von Informations- wie Unterhaltungsangeboten geführt.

Hörfunk und Fernsehen liefern nicht nur bundesweit Inhalte an die verschiedensten Zielgruppen, sondern sind auch regional und lokal präsent, um schnell und nah ihrem Informationsauftrag zu entsprechen. Die private Medienlandschaft ist nicht nur eine unverzichtbare Säule des dualen Mediensystems, sondern auch ein verlässlicher Partner im Kampf gegen Falschmeldungen und gezielte Desinformationskampagnen.

Der private Rundfunk ist genauso wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein unverzichtbarer Bestandteil des dualen Mediensystems der Bundesrepublik Deutschland. Sie bedingen einander im Hinblick auf technische wie programmliche Weiterentwick-

lung. Beide sind Motoren der deutschen Filmwirtschaft. Die Medienunternehmen treiben durch Eigen- und Koproduktionen den Markt an und sind zugleich Abnehmer einer Vielzahl deutscher und europäischer Produktionen. Hierfür sind einerseits ausreichend finanzielle Mittel und andererseits zielführende Konzepte bei Filmproduktionen im Umgang mit Hygienemaßnahmen notwendig.

Rundfunk ist als „Point-To-Multipoint-Technologie“ von hohen Fixkosten geprägt. Für die Höhe der Fixkosten macht es keinen Unterschied, ob sich das Angebot an einen Rezipienten oder ein Millionenpublikum richtet. Die Kosten für die technische Verbreitung, dessen Grundlage sich im Bundesrecht (Telekommunikationsrecht) findet, haben sich durch die Corona-Krise nicht verändert. Ob Nachrichten, aktuelle Informationen oder andere vielfältige Programmformate, diese müssen nun unter erschwerten Bedingungen weiterlaufen. Diese Hindernisse sind nicht nur finanziell, sondern auch strukturell. Die Verortung der Medien zu KRITIS ist daher absolut richtig. Den Medien muss es als systemrelevante Infrastruktur möglich sein, den Sendebetrieb aufrechtzuerhalten. Dazu gehört nicht nur der Einsatz von Technikpersonal bei der Überwachung und Messung von Frequenzen, sondern auch der Einsatz von Journalistinnen und Journalisten im Rahmen der Recherche und Berichterstattung. Bewegungsfreiheit ist für die größtmögliche Gewährleistung von Pressefreiheit immanent.

Die Einnahmenseite hat sich bereits mit Beginn der Krise durch ein Wegbrechen des weltweiten Werbemarktes deutlich verschlechtert. Die Schiefelage ist enorm und trifft besonders kleinere Unternehmen, welche nicht durch Geschäftsfelderweiterungen Quersubventionierungen vornehmen können. Nach Berechnungen des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (https://kreativ-bund.de/wp-content/uploads/2020/04/200417_Kurzpapier_1.2_Betroffenheit_KKW1.pdf) wirkt sich die Corona-Pandemie auf den Markt der Rundfunkwirtschaft (privater Hörfunk und Fernsehen sowie Journalistinnen und Journalisten und Pressefotografinnen und -fotografen) mit einem Minus von 1,9 Mrd. Euro (entspricht 17 Prozent des jährlichen Umsatzes) aus (Seite VII, Stand: 17. April 2020). Insbesondere lokale Sender leiden unter den Folgen der globalen Krise mit Rückgängen der Werbeumsätze in einem teilweise existenzbedrohenden Umfang, so die Analysten (ebd.). Werbung ist das zentrale Gut für die Refinanzierung der privaten Rundfunkwirtschaft. In einer solch angespannten Situation ist es nötig, dieses zentrale Gut zu unterstützen. Dies kann gelingen, wenn Werbe- und Informationskampagnen des Bundes und der Länder über Werbevermarkter regulär eingebucht und letztlich im privaten Rundfunk berücksichtigt werden. Eine „Pro bono“-Berücksichtigung als Medialeistung verbessert die Einnahmesituation der Privaten nicht.

Die Umsatzausfälle bedrohen viele private Rundfunkunternehmen. Hier ist eine zielgerichtete sektorspezifische Lösung notwendig, wenn wir die Vielfalt an Mediengattungen und Medienangeboten nicht verlieren wollen.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. zur Entlastung eine bis zum Ende des Jahres 2020 zeitlich befristete Übernahme der technischen Verbreitungskosten für lokale, regionale sowie landes- und bundesweite private Hörfunkveranstalter sowie lokale und regionale TV-Veranstalter zu gewähren;
2. steuerliche Erleichterungen in Form
 - a) einer Ausdehnung des aktuell einjährigen Verlustrücktragszeitraums (§ 10d Absatz 1 EStG) auf fünf Jahre sowie einer Ausweitung des Rücktragsvolumens auf 5 Millionen Euro;
 - b) eines sofortigen Verlustrücktrags mit den geschätzten Verlusten des Jahres 2020 zu ermöglichen sowie die Mindestbesteuerung beim Vortrag von Verlusten (§ 10d Absatz 2 EStG) zeitlich begrenzt auszusetzen;

- c) einer Vereinfachung und Entbürokratisierung der rechtlichen Regelungen die Umsatzsteuer betreffend durchzuführen und dabei insbesondere die Steuerobjekte, für die der verminderte Umsatzsteuersatz gilt, auf ein Minimum zu reduzieren und dafür den allgemeinen Umsatzsteuersatz zu senken;
3. bei Einbuchungen von Informations- und Spotkampagnen des Bundes auch den privaten Rundfunk zu berücksichtigen;
4. im Hörfunkbereich Kampagnen des Bundes über nationale Vermarkter einzubuchen;
5. den privaten Rundfunk als kritische und systemrelevante Infrastruktur auf Bundesebene umfassend anzuerkennen;
6. Filmproduktionen durch einen Ausfallsfonds – ähnlich dem österreichischen Modell – vor Verlusten bei Produktionsunterbrechungen aufgrund einer möglichen zweiten Corona-Welle abzusichern;
7. sich bei den Ländern dafür einzusetzen, dass
 - a) bei Einbuchungen von Informations- und Spotkampagnen der Länder auch der private Rundfunk berücksichtigt wird;
 - b) im Hörfunkbereich Kampagnen der Länder bei regionalen Vermarktern oder den Sendern direkt eingebucht werden;
 - c) der private Rundfunk als kritische und systemrelevante Infrastruktur auf Länderebene umfassend anerkannt wird;
 - d) die allgemeinen Rahmenbedingungen für private Rundfunkanbieter in Bezug auf Zulassung von Live-Streaming, Lizenz- und Programmauflagen zu liberalisieren;
 - e) das Medienkonzentrationsrecht das lange benötigte Update in Bezug auf mögliche und relevante Marktteilnehmer erfährt;
8. sich auf europäischer Ebene dafür einzusetzen, dass
 - a) Beihilfen durch die Mitgliedstaaten vereinfachter gewährt werden können;
 - b) Förderprogramme der EU wie MEDIA oder Kreatives Europa ausgeweitet werden;
 - c) der Media and Audiovisual Action Plan an die veränderten Bedingungen durch Corona angepasst wird;
 - d) die Idee von „European-Public-Open-Spaces“ unter Mitwirkung der privaten Medienanbieter konkretisiert und vorangetrieben wird;
9. sich bei den Medienintermediären und Plattformanbietern dafür einzusetzen, dass
 - a) eine privilegierte Auffindbarkeit seriöser und verifizierter Medienangebote zeitnah umgesetzt wird;
 - b) Algorithmen so eingesetzt werden, dass Medien- und Meinungsvielfalt ausreichend Berücksichtigung finden;
 - c) Algorithmen nicht so eingesetzt werden, dass sie eine Spaltung der Gesellschaft sowie Hasskommentare und Falschmeldungen fördern;
 - d) die Arbeits- und Wirkungsweise der eingesetzten Algorithmen transparent gemacht wird.

Berlin, den 18. Juni 2020

Christian Lindner und Fraktion

