



Dringlichkeitsantrag

der Abgeordneten **Thomas Kreuzer, Karl Feller, Erwin Huber, Markus Blume, Petra Guttenberger, Dr. Florian Herrmann, Oliver Jörg, Prof. Dr. Gerhard Waschler, Jürgen Baumgärtner, Dr. Otmar Bernhard, Alex Dorow, Dr. Thomas Goppel, Christine Haderthauer, Hans Herold, Michael Hofmann, Klaus Holetschek, Dr. Gerhard Hopp, Sandro Kirchner, Bernd Kränzle, Manfred Ländner, Walter Nussel, Martin Neumeyer, Tobias Reiß, Eberhard Rotter, Heinrich Rudrof, Berthold Rüth, Martin Schöffel, Tanja Schorer-Dremel, Dr. Harald Schwartz, Jürgen Ströbel, Walter Taubeneder, Mechthilde Wittmann und Fraktion (CSU)**

Regionale Werbemärkte: Medienvielfalt erhalten, neue Chancen nutzen – für eine Lösung im Konsens

Der Landtag wolle beschließen:

1. Der Landtag begrüßt die Initiative der Staatsregierung, bei der Frage einer regionalisierten Werbung in bundesweit lizenzierten Fernsehprogrammen im Dialog mit der Medienbranche eine konsensuale Lösung zu finden, um eine interessengerechte Verteilung der Werbeerlöse zu erreichen und Möglichkeiten für neue Partnerschaften innerhalb der Branche zu eröffnen.
2. Ziel einer solchen Lösung sollte sein, einerseits die Existenz der vielfältigen lokalen und regionalen Rundfunk- und Zeitungslandschaft in Bayern zu sichern und andererseits flexible Reaktionen der Rundfunkveranstalter auf die Herausforderung durch neue Werbeformen im Internet zu ermöglichen. Eine konsensuale Vereinbarung zwischen den Beteiligten soll dabei Vorrang vor regulatorischen Maßnahmen haben.

Begründung:

Das Bundesverwaltungsgericht hat im Dezember 2014 in letzter Instanz entschieden, dass Rundfunkveranstalter mit bundesweit lizenzierten Fernsehprogrammen die Ausstrahlung regionalisierter Werbespots durch das technisch mögliche Auseinanderschalten ihrer nationalen Programme im Kabelnetz nach geltendem Rundfunkrecht nicht untersagt werden darf. Gegenstand der Lizenzierung durch die jeweiligen Landesmedienanstalten seien nur die redaktionellen Programminhalte, nicht dagegen die Werbung. Der Rundfunkstaatsvertrag enthalte für regionale Werbung keine entsprechenden Beschränkungen. Dies zeigt einmal mehr, dass die bestehende Regulierung dem rasanten technischen und wirtschaftlichen Wandel in der Medienwelt in vielen Fällen nicht mehr gerecht wird.

Gleichzeitig nimmt durch das Auftreten internationaler digitaler Medienkonzerne auf den nationalen und regionalen Werbemärkten der Wettbewerbsdruck sowohl auf die nationalen TV-Veranstalter als auch auf Zeitungen und regionale Rundfunkanbieter zu. Beide zusammen machen den starken Medienstandort Bayern aus.

Die Veränderungen der Geschäftsmodelle und Wettbewerbsbedingungen in einer digitalen Medienwelt werden sich in der Zukunft allein durch staatliche Regulierung und Verbotsgesetzgebung nicht aufhalten lassen. Deshalb müssen neue Wege beschritten werden, um den Wandel so zu gestalten, dass alle Beteiligten davon profitieren können und an den jeweiligen Werbemärkten angemessen partizipieren können.

Die bayerische Medienpolitik bekennt sich zu publizistischer Vielfalt und einer starken und innovationsfähigen Medienlandschaft in Bayern. Sie stellt sich ihrer Aufgabe, als Vermittler zwischen den Beteiligten aktiv auf einen zukunftsgerichteten Interessenausgleich hinzuwirken. Sowohl der in Bayern beheimatete nationale TV-Anbieter als auch Zeitungsverleger und regionale Rundfunkanbieter haben ihre Bereitschaft zu einer Kompromisslösung erkennen lassen. Diese Gespräche müssen daher fortgesetzt werden.