

radio NRW GmbH | Essener Straße 55 | 46047 Oberhausen

Landtag NRW
Ausschuss für Kultur und Medien
Anhörung zur rundfunkrechtlicher Staatsverträge
z.H. Frau Sarah Scholz

per E-Mail

Unser Zeichen	Durchwahl	E-Mail	Datum
ST/ky	-101	k.kowalsky@radionrw.de	11. Januar 2019

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
17. WAHLPERIODE

STELLUNGNAHME
17/1084

A12, A05



radio NRW GmbH
Essener Straße 55
46047 Oberhausen

Postfach 10 13 10
46013 Oberhausen

Tel.: 0208-85 87-0
Fax: 0208-85 30 99

info@radionrw.de
www.radionrw.de

Aufsichtsratsvorsitzender:
Hans-Jürgen Weske

Geschäftsführer:
Sven Thölen

Stadtsparkasse Oberhausen
BLZ 365 500 00
Konto 170 860

IBAN:
DE71 3655 0000 0000 1708 60
SWIFT-BIC:
WELADED10BH

Sitz Oberhausen
Amtsgericht Duisburg
HRB 12489

Ust-ID-Nr:
DE 120646368

Rundfunkänderungsgesetz – Anhörung A12 – 17.01.2019 Stellungnahme der radio NRW GmbH

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für die Gelegenheit zur Stellungnahme zum Gesetzentwurf der Landesregierung zur Novellierung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen (und weiterer Gesetze).

Radio NRW versteht sich als integraler Bestandteil des Lokalfunks in NRW. Dabei übt radio NRW unterschiedliche Funktionen aus. Als Anbieter des Rahmenprogramms produziert radio NRW 20 bis 24 Stunden täglich live White-label-Programmstrecken. Neben dieser Rolle als Programmveranstalter eines unabhängigen landesweiten Programms liefert radio NRW verschiedener Programmelemente für die lokalen Programmstrecken der Veranstaltergemeinschaften zu. Dazu gehören bspw. die Weltnachrichten, Beiträge zu Themen aus NRW, Musikforschung & Erstellung von Playlisten, On-Air-Design, Unterhaltung & Comedy, Promotions uvm.

Darüber hinaus ist radio NRW auch landesweiter und nationaler Vermarkter der landesweiten Werbezeiten des Lokalfunks und leistet über die damit generierten Werbeerlöse einen wesentlichen Ergebnisbeitrag für die Finanzierung des Lokalfunksystems in NRW.

Aus diesem Rollenverständnis heraus betrachten wir als eine unserer wesentlichen Aufgaben die Ausbalancierung dieser gesellschaftlichen Verantwortung eines unabhängigen Programmveranstalters mit den medialen Herausforderungen im Zeitalter der Digitalisierung, die zugleich in einem sich rasant verändernden Wettbewerbsumfeld immer auch die Frage der wirtschaftlichen Machbarkeit mit sich bringt.

Als Vertreter des NRW Lokalfunks fokussieren wir unsere Stellungnahme auf die direkt für den Lokalfunk relevanten Bereiche des Gesetzentwurfs, Drucksache 17/4220, zum LMG NRW.

Unsere Anmerkungen zum Gesetzentwurf sind aus der Zielsetzung motiviert, eine flächendeckende lokale Meinungsvielfalt in den Städten und Gemeinden NRWs in der Zukunft vor dem Hintergrund sich verändernder Marktbedingungen erhalten zu können.

Ausgangslage / Aktuelle Situation und Herausforderungen:

UKW:

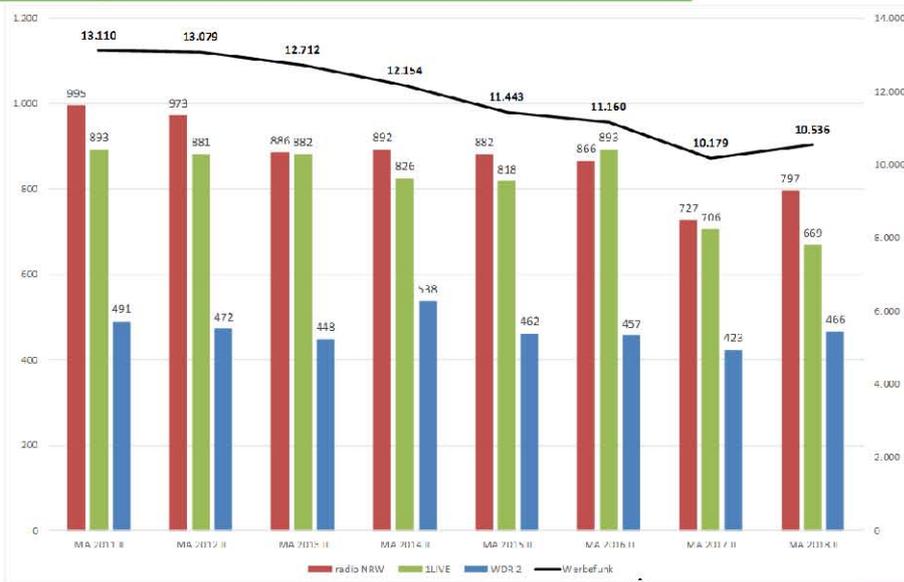
Der NRW Lokalfunk ist nach wie vor das erfolgreichste Radioangebot in Deutschland, mit einer Hörerzahl von 6,7 Mio. täglich (Hörer pro Tag; ma audio 2018 II). Neben der lokalen Nähe und akribischen Arbeit der rund 1.000 Beschäftigten ist auch die absolute Bevölkerungszahl im Land Nordrhein-Westfalen Grund für diese hohe Hörerzahl.

Schaut man sich jedoch die Entwicklung der Hörfunknutzung in Deutschland und in NRW an, wird deutlich, dass die Stundenreichweiten und insbesondere die Dauer der Hörfunknutzung seit vielen Jahre rückläufig ist. Dis gilt vor allem in der werberelevanten Zielgruppe der 14 bis 49-Jährigen, die für die nationale Werbezeitenvermarktung und somit die Erlösseite relevant ist.

Der Vergleich des sog. Werbefunks in Deutschland gesamt (alle werbeführenden öffentl.-rechtl. sowie privaten Radioprogramme) mit den Wellen des WDR und des Lokalfunks in NRW zeigt, dass diese rückläufige Reichweitenentwicklung die gesamte Gattung trifft.

Ergebnisse der MA 2018 Audio II

Entwicklung der Bruttoreichweite 14-49 Jahre (in Tsd.)

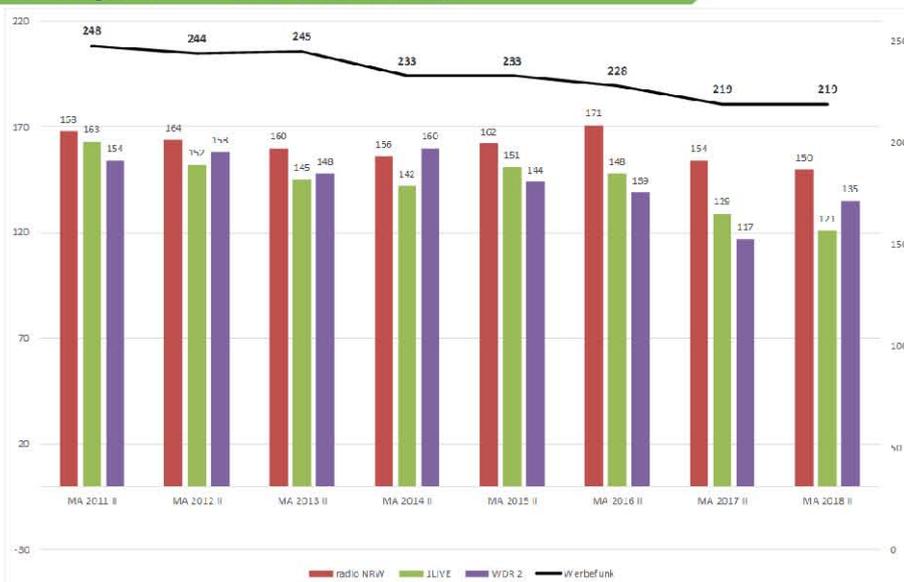


➤ Rückgang der Reichweite 14-49 Jahre:
Werbefunk: 19,6%; radio NRW: 19,9%; 1LIVE: 25,1%; WDR 2: 5,1%



Ergebnisse der MA 2018 Audio II

Entwicklung der Verweildauer 14-49 Jahre (in Minuten)



➤ Rückgang der Verweildauer 14-49 Jahre:
Werbefunk: 29 Min. (11,7%); radio NRW: 18 Min. (10,7%); 1LIVE: 42 Min. (25,8%); WDR 2: 19 Min. (12,3%)



Diese Entwicklung ist mit Verweis auf die Digitalisierung nicht verwunderlich, zeigt jedoch zugleich auf, dass mit sinkender absoluter Hörerzahl zunächst auch sinkende Einnahmen einhergehen. Eine Prognose für die Zukunft lässt eine Umkehr dieser Entwicklung nicht erwarten.

OA:

Stetig wachsende Anteile der Radionutzung finden über Streaming-Angebote der Sender (Simulcast des UKW-Programms, Musik-Webchannel) auf digitalen Endgeräten wie Smartphone, Amazon Alexa oder Sonos statt.

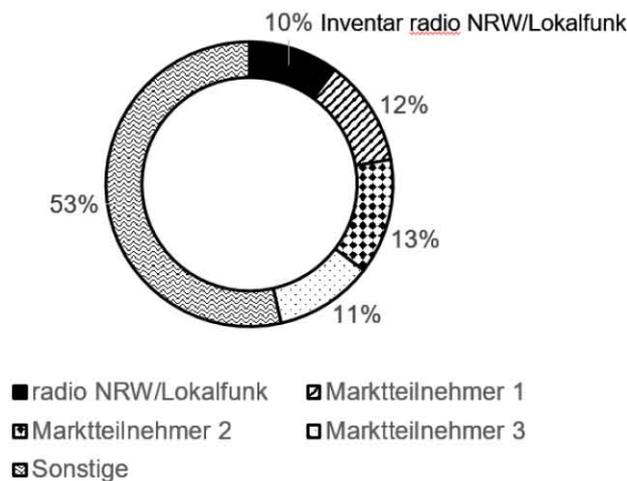
Diese Online-Audio-Nutzung findet in einem völlig anderen Wettbewerbsumfeld statt als in den klar regulierten UKW- oder DAB-Märkten. Dies führt zu kürzeren Nutzungszeiten und geringeren Marktanteilen der einzelnen klassischen Radioangebote. In der Folge liegt der Anteil des durch den Lokalfunk zu vermarktenden Inventar deutlich unter dem Vergleichswert im UKW-Bereich. Der digitale Transfer von UKW-Reichweiten in OA-Reichweite führt zu sinkenden Werbeeinnahmen.

OA-Portfolio in NRW

Fazit: Dritte haben in NRW mehr OA-Inventar als der NRW-Lokalfunk.

Berechnung basiert auf Gesamtinventar, das bei Lokalfunk auf PreStream beschränkt ist. Bei Vergleich auf Basis von PreStream steigt der Anteil radio NRW/Lokalfunk auf ca. 30%.

Gesamtinventarvergleich in NRW



Quelle: RMS Adserver Targeting auf NRW, Inventar, Auswertungszeitraum: 01.01. – 31.10.2018

Zudem ist die Wertschöpfung der digitalen Reichweite geringer als in der terrestrischen Verbreitung. Einerseits entstehen zusätzliche Aufwände um das Inventar technisch anzubinden und durch Daten zu veredeln. Andererseits sinkt die Marge, da zusätzliche Teilnehmer in der Wertschöpfungskette partizipieren (Anbindung DSP/SSP, Datenmanagement-Plattformen, Log-In-Allianzen usw.).

DAB:

Anders als alle anderen Privatradoanbieter wäre der Lokalfunk in NRW bei einem Engagement auf DAB+ gezwungen, eine parallele Verbreitung auf UKW und DAB+ zu betreiben.

Nach heutigem Stand wäre dieser Simulcast wirtschaftlich nicht vertretbar. Den hohen zusätzlichen Verbreitungskosten stünden nur sehr geringe zusätzliche Reichweitenpotentiale gegenüber. Hinzukommt, dass weiterer Wettbewerb im Markt den Lokalfunk zusätzlich wirtschaftlich belasten würde. Dies ginge auch zulasten der Investitionen in den eigentlich prioritär voranzutreibenden Ausbau von Online-Audio-Angeboten.

Aus diesem Grund hat radio NRW im Rahmen des Bedarfsermittlungsverfahren der LfM im Herbst 2018 Bedarf für zwei neue landesweite Programme angemeldet. Aus unserer Sicht könnten zusätzliche Programme, die über möglichst viele Verbreitungswege (UKW, DAB+, OA) Relevanz und Reichweite aufbauen, zu einer Finanzierung des Lokalfunks beitragen.

Entwicklungsmöglichkeiten für den Lokalfunk in NRW:

Bei einer Fortführung des Status Quo ist die Finanzierbarkeit des flächendeckenden Lokalfunks gefährdet. Aus unternehmerischer Perspektive sind bei sinkenden Ergebnisentwicklungen zwei Handlungsalternativen möglich, eine Steigerung der Erlöse oder eine Senkung der Kosten.

Kosten:

Die Kostenentwicklung im Lokalfunk NRW ist unter den bestehenden Rahmenbedingungen steigend.

Der größte Anteil an der Kostenstruktur eines Radioanbieters entfällt auf die Personalkosten. Der Lokalfunk NRW zieht seine Stärke aus der lokalen Nähe und trägt damit zur lokalen Meinungsbildung bei. Aus dieser heterogenen Struktur heraus ist ein noch größerer Bedarf an journalistischem Personal notwendig als dies für landesweite Sender der Fall ist. Eine Ergebnisverbesserung ist hierüber nicht zu erreichen.

Gleichzeitig steht das klassische UKW-Programm noch für den ganz wesentlichen Teil des wirtschaftlichen Ergebnisses. Dennoch entstehen aufgrund von Investitionen in Digitalisierung und Technik erhebliche Kostensteigerungen. Der Lokalfunk in NRW muss auf das sich verändernde Mediennutzungsverhalten reagieren um relevant zu bleiben und Entwicklung in Content-Management-System, Apps, Datengenerierung, Log-In-Allianzen, on-demand-Inhalte uvm. betreiben.

Die wachsende Anzahl von Verbreitungswegen sowie von Produktionsformaten für unterschiedliche Nutzungssituationen verstärkt diese Entwicklung noch.

Diese Aufgaben sind nur zu bewältigen, wenn Weiter- und Neuentwicklungen so synergetisch wie möglich betrieben werden können.

Für den Erhalt eines flächendeckenden Lokalfunks sind Rahmenbedingungen notwendig, die:

- Kosteneffizienz ermöglichen und
- Landesweite und regionale Produkte ermöglichen

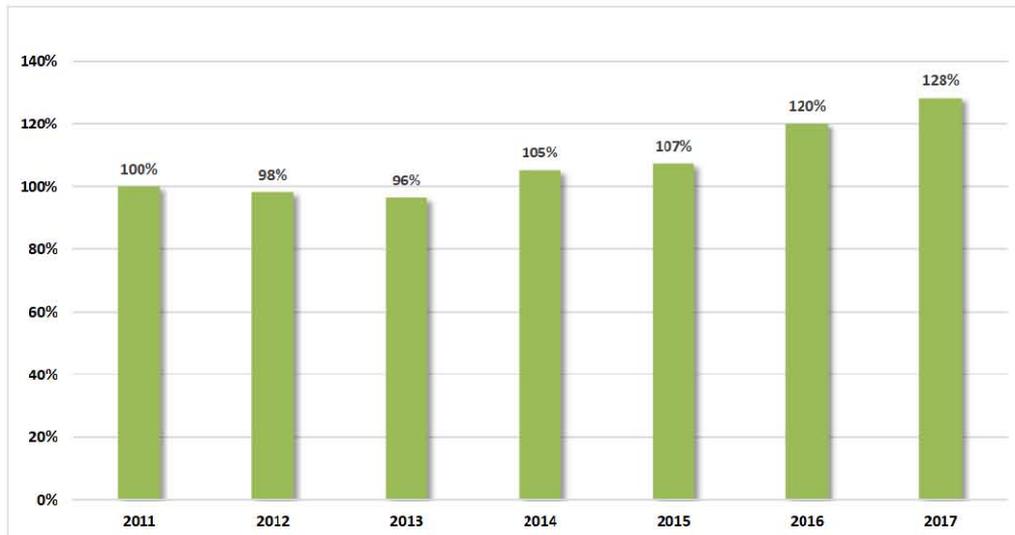
Erlöse:

Der Lokalfunk in seiner aktuellen Angebotsstruktur steht vor sinkenden Erlösen und in der Folge nochmals rückgängigen Ergebnissen. Welche Entwicklungsmöglichkeiten bestehen, um langfristig die Ergebnisentwicklung absichern zu können?

Der NRW Lokalfunk arbeitet intensiv an einer bestmöglichen Wertschöpfung bestehender Vermarktungspotenziale. Dazu gehört eine stetig am Markt ausgerichtete Produkt- und Vermarktungsstrategie sowie ein eine ambitionierte Preispolitik. Darüber hinaus entsteht aktuell ein Yield-Management-System um mit bestehenden Werbezeiten die bestmögliche Ausschöpfung zu erreichen. Auch alternative Erlösmodelle wie Telefonmehrwertdienst-Gewinnspiele oder Sonderwerbformen gehören zum Portfolio. Trotz der der seit längerem rückläufigen absoluten Reichweiten und damit verbundenen vermarktbareren Hörerkontakten gelingt es aktuell noch, durch steigende Werbeerlöse pro Hörer die Erlösrückgänge moderat zu halten. Doch diese Möglichkeit ist begrenzt, da einerseits der Hörfunkwettbewerb innerhalb NRWs und andererseits der intermediale Wettbewerb Grenzen für die Preisinflation setzt. Hinzu kommt das Risiko, mit sinkender Nettoreichweite als Werbemedium an Relevanz zu verlieren. Preisentwicklung, Auslastung und Nachfrage würden sprunghaft zurückgehen.

Ergebnis (DB I) pro Hörer - Index

Zeitreihe



2



Für die Entwicklung der digitalen Erlöse aus dem NRW Lokalfunk steht an erster Stelle die Entwicklung des Online-Audio-Marktes im Fokus. Wenn Lokalradio in der digitalen Welt relevant bleiben soll, gilt es, die Hörfunknutzung in die Streaming-Welt und on-demand-Nutzung zu transferieren. Eine entsprechende Monetarisierung durch die Vermarktung von Hörer- bzw. Nutzerkontakten schließt sich an. Bei diesem digitalen Transfer sind jedoch folgende Punkte zu beachten:

- Der Lokalfunk generiert Werbeeinnahmen über drei Wertschöpfungsebenen – lokal, landesweit und national. Der digitale, programmatische Einkauf von Werbung weicht diese Grenzen auf. So kann bspw. für Filialisten eine nationale Kampagne eingekauft werden und durch technische und datenbasierte Modelle je Nutzerkontakt ein individuelles, z.B. lokalisiertes, Werbemittel (Targeting) ausgespielt werden. Im Ergebnis wird eine lokalisierte Kampagne zu niedrigeren nationalen Preisen eingekauft. Die Einnahmen je Sender sinken.
- Das Wettbewerbsumfeld ist deutlich größer. Der Anteil des vermarktbareren Inventars des NRW Lokalfunks ist deutlich geringer als in der UKW-Welt. Mit Auswirkungen auf die Preisentwicklung und die Möglichkeit, lokales Targeting höherpreisig anzubieten.

- Das vermarktbarbare Inventar des Lokalfunks ist begrenzt und nicht skalierbar. Mögliche Nachfrage wandert zur Online-Audio-Konkurrenz ab.
- Die Auffindbarkeit, gerade von 45 Lokalsendermarken und deren Web-Channels, in der digitalen Welt ist noch nicht sichergestellt
- Die Margen in der digitalen Vermarktung sind aufgrund von Technik und Datengenerierungskosten deutlich geringer.

Die Generierung zusätzlicher Erlöspotenziale zur Finanzierung des Lokalfunks in NRW bedarf demzufolge neuer, zusätzlicher Produkte um die notwendigen Reichweiten und Nutzerkontakte aufbauen zu können.

Dies ist nur möglich, wenn es gelingt, relevante ergänzende Inhalte zu produzieren – und zu finanzieren. Regionale oder landesweite Produkte können durch kosteneffiziente Programmerstellung sowie den Lokalfunk ergänzende Zielgruppen und Inventare die Erlösentwicklung verbessern und zu einer Finanzierung des Lokalfunksystems beitragen.

Für eine Amortisierung der Investitionen und damit verbundene Vielfaltssicherung des Lokalfunks ist es unabdingbar, dass neue, lokalfunknahe Produkte über alle Verbreitungswege (UKW, DAB, Online-Audio) nutzbar sind. Gleichzeitig ist es wünschenswert, dass die Auffindbarkeit auf Plattformen und Benutzeroberflächen gesichert ist.

Erforderliche Rahmenbedingungen:

Damit über landesweite Produkte, durch radio NRW, die Finanzierung des Lokalfunks in NRW und somit die lokale Vielfalt in NRW gesichert werden kann, wünschen wir uns folgende Rahmenbedingungen:

1. Eine landesweite UKW-Kette

Eine vorzugsweise an eine jüngere Zielgruppe gerichtetes, landesweit verbreitetes Hörfunkprogramm könnte den Lokalfunk programmlich wie wirtschaftlich stützen.

2. Stufenweiser Ausbau DAB+

Zunächst nur eine landesweite Ausschreibung von DAB+-Frequenzen mit Vorrangentscheidung für ein landesweites Produkt von radio NRW.

3. Must-Carry und Auffindbarkeit von privaten Radioangeboten auf digitalen Plattformen

Um sicherzustellen, dass Rundfunk auf einer Medienplattform auffindbar ist, ist sowohl eine Präsenz von Rundfunk auf der ersten Benutzeroberfläche als auch eine ausgewogene Auffindbarkeit privater als auch öffentlich-rechtlicher Radioangebote notwendig. Um einen Verlust an Reichweite sowie Werbeeinnahmen zu verhindern, sollte v. a. für den privaten Hörfunk der Zugang zu Netzen und Plattformen regulatorisch gesichert sein (must-carry). Eine Bündelung der Radioangebote könnte bspw. durch die Radioplayer-App geleistet werden.

Zum Gesetzentwurf im Einzelnen:

In Bezug auf die auf die einzelnen Gesetzespassagen verweisen wir gern auf die Ausführungen des Verbandes der Betriebsgesellschaften zu:

- **Zu § 14 Abs. 2 LMG-E- Verständigungsverfahren**

Ein solches Verfahren, das bereits in anderen Landesmediengesetzen verankert ist, ist zu begrüßen – jedenfalls solange sichergestellt ist, dass die gesetzlichen Vorgaben zur Rangfolge der in § 14 Abs. 1 Satz 2 Ziff. 1 bis 5 genannten Angebote dadurch nicht in Frage gestellt werden können.

- **Zu 14 Abs. 5 / § 54 - Vorrang bei Zuweisung regionaler DAB-Kapazitäten / Erhalt des DAB-Vorrangs für den NRW-Lokalfunk**

Festhaltung an einem ausdrücklichen gesetzlichen Vorrang des Lokalfunks zur Verbreitung seiner Programme über DAB.

- **Vorrang für ein landesweites Programm von radio NRW auf analogen und digitalen Kanälen / § 14 Abs. 1 Ziff 2 LMG-neu**

Wünschenswert ist eine eindeutige Regelung im LMG, die eine Frequenzzuweisung für ein landesweites Programm zugunsten des NRW-Lokalfunks bzw. lokalfunknaher Anbieter gewährleistet. Damit würde eine politische Wertentscheidung für Erhalt und Fortentwicklung des NRW-Lokalfunks im Landesmediengesetz getroffen.

Veranstalter dieses Programms könnte der Rahmenprogrammveranstalter des Lokalfunks, also radio NRW sein. Hier ist die Anbindung (u.a. über die Ausschüttung) zum Lokalfunk gewährleistet. Zudem hat der Gesetzgeber dem Rahmenprogrammveranstalter bereits einen besonderen Status im Gesetz zugewiesen, wie dies u.a. in § 56 sowie in § 14 Abs. 6 LMG zum Ausdruck kommt

- **Zu § 14 Abs. 8 (Zuweisungskriterien bei Plattformbetrieb)**

Die Vorrangregelungen für den Lokalfunk und den Rahmenprogrammveranstalter sollten darüber hinaus für Plattformanbieter bei der Belegungsentscheidung verbindlich gemacht werden.

Gerne erläutern wir in der kommenden Anhörung unsere Positionen und stehen Ihnen für Rückfragen zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

radio NRW GmbH

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sven Thölen', written in a cursive style.

Sven Thölen