



Stellungnahme

zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien des Landtags Nordrhein-Westfalen

am 8. März 2018

Gesetz zur Zustimmung zum 21. Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (21. Rundfunkänderungsstaatsvertrag) und zur Änderung weiterer Gesetze (16. Rundfunkänderungsgesetz), Gesetzentwurf der Landesregierung, LT-Drs. 17/1565

I. Reduzierung der Werbezeiten im WDR-Hörfunkprogramm nach dem 16. Rundfunkänderungsgesetz

1. Gesetzesvorhaben

Der Gesetzentwurf des 16. Rundfunkänderungsgesetzes sieht in § 6a Satz 5 WDRG-E eine Änderung dahingehend vor, dass die Zulässigkeit lediglich 60 Minuten werktäglicher Werbung im Monatsdurchschnitt bzw. die Zulässigkeit von Werbung in nur einem Hörfunkprogramm nicht mehr ab dem 1.1.2019, sondern erst ab dem 1.1.2021 gelten soll.

Der Grund für diese Verschiebung des Eintritts der 2. Stufe der Werbezeitenreduzierung um zwei Jahre liegt nach der Entwurfsbegründung darin, dass die gesetzlich vorgeschriebene Evaluation der gesetzlichen Regelungen zur Reduzierung der Werbezeiten beim WDR erst dann sinnvollerweise durchgeführt werden könne, wenn belastbare Zahlen zu den wirtschaftlichen Auswirkungen vorliegen.¹

2. Reduzierung der Werbezeiten im WDR-Hörfunk nach § 6a WDRG

a) Implementierung des Stufenmodells durch das 15. Rundfunkänderungsgesetz

Seit Inkrafttreten des 15. Rundfunkänderungsgesetzes vom 2.2.2016 enthält § 6a WDRG, der den Anteil der Werbung im Programm regelt, im Hinblick auf die Reduzierung von Werbezeiten ein Stufenmodell.² Im Hörfunkprogramm des WDR ist Werbung bis zum 31.12.2016

¹ LT-Drs. 17/1565, S. 93.

² GV.NRW 2016 Nr. 4 S. 80.

bis zu der im Rundfunkstaatsvertrag vorgesehenen Höchstgrenze zulässig (§ 6a Satz 2 WDRG). Ab dem 1.1.2017 ist im Hörfunk des WDR Werbung im Umfang von insgesamt bis zu 75 Minuten werktätlich im Jahresdurchschnitt zulässig und sie darf in bis zu zwei Hörfunkprogrammen platziert werden (1. Stufe - § 6a Satz 3 WDRG). Ab dem 1.1.2019 ist im Hörfunk des WDR Werbung im Umfang von insgesamt bis zu 60 Minuten werktätlich im Monatsdurchschnitt zulässig und Werbung darf dann nur noch in einem Hörfunkprogramm platziert werden (2. Stufe - § 6a Satz 4 WDRG).

Derartige Beschränkungen finden sich bereits seit längerem im NDR-Staatsvertrag. Nach § 36 Abs. 2 S. 1 NDR-StV ist Werbung im Hörfunk des NDR auf ein Programm beschränkt. Die Höchstdauer beträgt darüber hinaus 60 Minuten pro Werktag (§ 36 Abs. 2 S. 2 NDR-StV iVm der Vereinbarung der Regierungschefs der NDR-Vertragsländer vom 25.8.1993).

b) Argumentationsführung bezüglich der Einführung der Reduzierung von Werbung im WDR-Hörfunk

Im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens zum 15. Rundfunkänderungsgesetz sind im Hinblick auf die Einführung der Reduzierung der Werbung im Hörfunk folgende Argumente vorgebracht worden.

Die damals regierungstragenden Fraktionen der SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, auf deren Änderungsantrag³ hin das Stufenmodell Eingang in das Gesetzgebungsverfahren gefunden hatte, wiesen insbesondere darauf hin, dass durch eine Reduzierung der Werbung ein wertvoller Beitrag zur Sicherung der Vielfalt der Radiolandschaft in Nordrhein-Westfalen geleistet würde. Ansonsten sei nämlich der Bestand von Lokalradios erheblichen Gefährdungen ausgesetzt.⁴ Darüber hinaus erfolgte ein Hinweis auf das Erfordernis der Stärkung des WDR als Garanten für eine demokratische Informationsvermittlung und Meinungsbildung. Die Rückführung der Werbeanteile im öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurde zudem als wichtig eingestuft, um die Akzeptanz der WDR-Programme zu steigern.⁵

Auch die damaligen Oppositionsfraktionen der CDU und FDP standen für einen Abbau der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein. Die Fraktion der CDU führte dazu insbesondere die Schutzbedürftigkeit des lokalen Rundfunks an und verwies auf das Gutachten des ehemaligen Verfassungsrichters *Kirchhof* zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.⁶ Auch die Fraktion der FDP, die einen entsprechenden Änderungsantrag stellte,

³ LT-Drs. 16/10883, S. 1.

⁴ Plenarprotokoll 16/103, S. 10655, 10661 f.; siehe auch gutachterliche Stellungnahmen: *Holznel*, Stellungnahme 16/3227, S. 5 f.; *LfM NRW*, Stellungnahme 16/3168, S. 4; *radio NRW*, Stellungnahme 16/3224, S. 4, Anlage S. 1; *VPRT*, Stellungnahme 16/3237, S. 2 f.; *ZVNRW/BGNRW*, Stellungnahme 16/3228, S. 5.

⁵ Plenarprotokoll 16/103, S. 10661 f.; siehe auch gutachterliche Stellungnahmen: *Holznel*, Stellungnahme 16/3227, S. 6; *DJV NRW*, Stellungnahme 16/3244, S. 5; *VPRT*, Stellungnahme 16/3237, S. 2; *ZVNRW/BGNRW*, Stellungnahme 16/3228, S. 5 f.

⁶ APr 16/1145, S. 9; Plenarprotokoll 16/103, S. 10657.

fürte aus, dass nur so ein Beitrag zum „Abbau unfairer Wettbewerbsverzerrungen“ gegenüber dem Lokalfunk oder anderen Medienangeboten geleistet werden könne.⁷

c) Kritische Würdigung der Verschiebung der Werbereduktion auf 2021

aa) Schutz des Lokalfunks und Akzeptanz des WDR-Hörfunkangebots

Für eine Reduzierung der Hörfunk-Werbung in den WDR-Programmen spricht weiterhin die Schutzbedürftigkeit des lokalen Rundfunks. Dieser muss wettbewerbsfähig bleiben, um in Zeiten des Angebotsrückgangs lokaler Tageszeitungen zur medialen Vielfalt in den Kreisen und Gemeinden beitragen zu können. Denn eine Beschränkung der Werbung im WDR-Hörfunk hätte positive Auswirkungen auf die finanzielle Grundlage des Lokalfunks und würde zu einer Entlastung des Wettbewerbsdrucks führen.⁸

Darüber hinaus könnte sich der WDR stärker auf die Umsetzung seines gesetzlichen Funktionsauftrages konzentrieren, um sich von den privaten Programmen abzugrenzen und damit zur Steigerung der Akzeptanz des WDR in der Bürgerschaft beitragen. Dieser Aspekt hat in den letzten Jahren an Bedeutung zugenommen.

bb) Schutz des öffentlich-rechtlichen Radios als Werbeträger

Der WDR wie der öffentlich-rechtliche Hörfunk insgesamt muss jedoch als Werbeträger erhalten bleiben. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) empfahl in ihrem 20. Bericht aus dem Jahr 2016 eine Absenkung des Rundfunkbeitrages um 30 Cent ab 2017.⁹ Damit lässt die KEF selbst mittelbar erkennen, dass sie sich der wirtschaftlichen Bedeutung der Werbung im öffentlich-rechtlichen Hörfunk bewusst ist und sie als wichtiger Beitrag zu dessen Finanzierung betrachtet.¹⁰

In den letzten Jahren mehren sich die Anzeichen, dass eine Reduzierung der Werbemöglichkeiten im WDR-Radio dazu führen würde, dass frei werdende Werbegelder gerade nicht in Richtung des lokalen Rundfunks, sondern zugunsten anderer Werbemöglichkeiten außerhalb des Hörfunks, wie z.B. Facebook oder Google, abfließen würden. Zudem sinkt die Akzeptanz des Radios in Nordrhein-Westfalen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.¹¹ Es werden daher die Befürchtungen immer lauter, dass der Hörfunk bald nicht mehr den notwendigen Werbekontakt nachweisen könne, um als Werbeträger überhaupt interessant zu sein. Werde die Gattung Hörfunk als Werbeträger durch diese Entwicklungen nachhaltig geschädigt (sog. Gattungsschaden), müsste vor allem die werbetreibende Wirt-

⁷ LT-Drs. 16/10908, S. 5.

⁸ So auch *DJV NRW*, Stellungnahme 16/3244, S. 3 f.; *radio NRW*, Stellungnahme 16/3224, Anlage S. 1.

⁹ *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF)*, 20. Bericht, 2016, S. 302.

¹⁰ So auch *VLR*, Stellungnahme 16/3213, S. 3 f.; *Organisation Werbetreibende im Markenverband (OWM)*, Pressemitteilung v. 14.4.2016.

¹¹ Statistik *Radio Marketing Service (RMS)*, abrufbar unter: www.ma-trend.rms.de/share-331fa6b2efb95db3ba2b3f61f8302d7a [21.2.2018].

schaft aus dem Mittelstand die Kosten tragen. Denn dieser Bereich baut seit Jahren auf die Werbemöglichkeiten im Hörfunk. Diese Phänomene sind schon anlässlich der letzten Novellierung des WDR-Gesetzes intensiv diskutiert worden. Die Gefahren für das Entstehen eines Gattungsschadens sind aber aus Sicht der Hörfunkwirtschaft gestiegen, weil die Konkurrenz aus dem Internet (Stichwort: Musiknutzung über Spotify und ähnliche Dienste) stetig wächst. Vor diesem Hintergrund ist es sicherlich sinnvoll, zu diesem Zeitpunkt eine umfangreiche Evaluierung durchzuführen, bevor über eine Werbezeitreduzierung beim WDR durchgeführt wird.

cc) Hinfälligkeit des Kompensationsarguments

Einer Reduzierung der Werbung im WDR-Hörfunk wurde im Landtag auch deshalb zugestimmt, weil immer davon ausgegangen wurde, dass ein Rückgang der Werbeeinnahmen durch eine Erhöhung des Rundfunkbeitrags ausgeglichen werden könnte¹² Eine solche Kompensation der finanziellen Einbußen aus den Rundfunkbeiträgen ist aus heutiger Sicht jedoch höchst unwahrscheinlich, wenn nicht gar ausgeschlossen. Dies ist ein zentraler Unterschied zur Lage bei der letzten WDRG-Novellierung, der eine andere Einschätzung erfordert. Die Ministerpräsidenten haben sich zum Grundsatz der Beitragsstabilität bekannt und halten eine Erhöhung des Beitrags zum jetzigen Zeitpunkt für ausgeschlossen. Als Grund wird angeführt, dass sich hierfür keine Zustimmung einiger ostdeutscher Bundesländer einholen ließe. Dies hat kürzlich die Ministerpräsidentin des Landes Rheinland-Pfalz unmissverständlich zum Ausdruck gebracht.¹³

Dass eine Kompensation mit Mitteln aus dem Rundfunkbeitrag ausscheidet, zeigt auch die Kritik der KEF, die diese zuletzt an den von ARD und ZDF im Herbst 2017 vorgestellten Sparvorschlägen äußerte. Zentraler Kritikpunkt ist, dass die Sender weniger bei Programm und Personalkonzept sparen wollen, sondern insbesondere bei Technik und Verwaltung. Auf diese Weise ließen sich nach Ansicht der KEF Wirtschaftlichkeitspotenziale nur unzureichend heben.¹⁴

In diesem Zusammenhang soll auch der radikale Vorschlag des Chefs der Staatskanzlei Sachsen-Anhalts *Robra* genannt sein, der ebenfalls für eine Beitragsstabilität plädiert und dafür das Erste in seiner jetzigen Form abschaffen will („*Das Erste wäre dann mittelfristig*

¹² APr 16/1145, S. 8; Plenarprotokoll 16/103, S. 10662; siehe auch *VPRT*, Stellungnahme 16/3237, S. 2.

¹³ *SZ.de*, Dreyer will mögliche Beitragserhöhung ab 2020 begrenzen, 21.12.2017, abrufbar unter: www.sueddeutsche.de/news/wirtschaft/medien---mainz-dreyer-will-moegliche-beitragserhoehung-2020-begrenzen-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-171221-99-366494 [21.2.2018]; siehe dazu auch *Huber*, Rundfunkbeitrag: Sehen, staunen, zahlen, in: *dbb magazin* 10/2016, S. 20.

¹⁴ *HAZ.de*, ARD und ZDF sollen mehr sparen, 16.02.2018, abrufbar unter: www.haz.de/Nachrichten/Medien/Fernsehen/ARD-und-ZDF-sollen-mehr-sparen [21.2.2018].

kein nationaler Sender mehr, sondern das Schaufenster der Regionen.“ „Die [Tagesschau] wäre dann in dieser Form überflüssig.“¹⁵

II. Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung

Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)¹⁶ ist am 24.5.2016 in Kraft getreten und entfaltet ab dem 25.5.2018 in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union direkte und unmittelbare Wirkung (Art. 99 DSGVO). Mit der Verordnung soll ein europaweit vereinheitlichter Rechtsrahmen im Hinblick auf die Verarbeitung personenbezogener Daten durch private Unternehmen und öffentliche Stellen geschaffen werden.

Die DSGVO enthält im Wesentlichen zwei Umsetzungsaufträge, die der nordrhein-westfälische Gesetzgeber in seinem Änderungsentwurf zu berücksichtigen hatte. Bei dem ersten geht es um den fortwährenden Schutz der journalistischen Tätigkeit, welche leicht in Konflikt mit dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung geraten kann (siehe 1.). Der zweite befasst sich allgemein mit der Anwendung und Kontrolle des Datenschutzes durch eine mitgliedstaatliche Aufsichtsbehörde (siehe 2.).

1. Erhalt des Medienprivilegs

a) Informationspflichten und Auskunftsrechte nach der DSGVO

Die DSGVO enthält zahlreiche Informationspflichten der datenverarbeitenden Stellen gegenüber den von einem Datenverarbeitungsprozess betroffenen Personen. Daneben finden sich Auskunftsrechte, die den Bürgern der Europäischen Union bezüglich ihrer personenbezogenen Daten zustehen. So kann eine betroffene Person von dem Verantwortlichen beispielsweise Auskunft über den Zweck der Verarbeitung der personenbezogenen Daten verlangen (Art. 15 Abs. 1 a) DSGVO). „Verantwortlicher“ Anspruchsgegner eines Auskunftsanspruchs ist die natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle, die allein oder gemeinsam mit anderen über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten entscheidet (Art. 4 Zif. 7 DSGVO). Unweigerliche Folge ist, dass in den Mitgliedstaaten im Grunde auch Presse- und Medienunternehmen derartigen Ansprüchen ausgesetzt sein können.¹⁷ Nicht unwahrscheinlich wären in der Konsequenz weitreichende Einschränkungen der Presse- und Medienfreiheit.

¹⁵ *MZ.de*, „Massive Fehlentwicklung“ – Medienminister Robra rügt Öffentlich-Rechtliche als zu teuer, 17.10.2017, abrufbar unter: www.mz-web.de/sachsen-anhalt/landespolitik/-massive-fehlentwicklung—medienminister-rob-ra-ruegt-oeffentlich-rechtliche-als-zu-teuer-28602194 [21.2.2018].

¹⁶ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG, ABl. EU L 119 S. 1 f.

¹⁷ *Albrecht/Janson*, CR 2016, 500 (502).

b) Das Medienprivileg bisher

Das deutsche Recht löst den grundrechtlichen Konflikt zwischen dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung einerseits und dem Recht auf freie Berichterstattung andererseits bislang über das Institut des Medienprivilegs. Danach werden Presseunternehmen weitreichend von datenschutzrechtlichen Vorgaben freigestellt. Der BGH begründet die Legitimität des Medienprivilegs damit, dass ohne die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten auch ohne Einwilligung der jeweils Betroffenen eine journalistische Arbeit nicht möglich wäre. Die Presse könnte ansonsten ihre in Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG, Art. 10 Abs. 1 S. 2 EMRK, Art. 11 Abs. 1 S. 1 GrCh zuerkannten und garantierten Aufgaben nicht wahrnehmen.¹⁸

c) Öffnungsklausel des Art. 85 DSGVO - Handlungsspielraum des deutschen Gesetzgebers

Der Ordnungsgeber trägt mit der Öffnungsklausel des Art. 85 DSGVO der Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit Rechnung. Nach dessen Absatz 1 bringen die Mitgliedstaaten durch Rechtsvorschriften das Recht auf den Schutz personenbezogener Daten mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit, einschließlich der Verarbeitung zu journalistischen Zwecken und zu wissenschaftlichen, künstlerischen oder literarischen Zwecken, in Einklang. Hierbei handelt es sich um einen obligatorischen Handlungsauftrag für die Mitgliedstaaten, der nicht zur Disposition eines nationalen Gesetzgebers steht.¹⁹

Aus Art. 85 Abs. 2 DSGVO folgt insbesondere die Möglichkeit und Pflicht der Mitgliedstaaten, das Medienprivileg aufrechtzuerhalten oder neu zu schaffen. Dazu werden diejenigen datenverarbeitenden Betätigungen von der Anwendung zentraler Vorschriften der DSGVO ausgenommen, die zu journalistischen, wissenschaftlichen, künstlerischen oder literarischen Zwecken vorgenommen werden. Gesetzestechnisch erfolgt dies durch die Schaffung von Abweichungen oder Ausnahmen. Sinn und Zweck ist es, bestimmte grundrechtlich geschützte Tätigkeiten, wie etwa die freie journalistische Recherche, von der Anwendung bestimmter Vorgaben der DSGVO zu entbinden, damit sie in ihrer Tätigkeit nicht behindert werden.²⁰

In Deutschland sichern bislang § 41 BDSG, §§ 57, 59 RStV sowie Vorschriften in sämtlichen Landespressegesetzen die Unanwendbarkeit datenschutzrechtlicher Vorschriften auf die digitale und gedruckte Presse. Die Normen enthalten sog. Bereichsausnahmen, mit denen die zentralen datenschutzrechtlichen Vorschriften für unanwendbar erklärt werden. Die Öffnungsklausel des Art. 85 Abs. 2 DSGVO ermöglicht es dem nationalen Gesetzgeber nunmehr, die bereits bestehenden Bereichsausnahmen zum Schutz der Pressefreiheit voll-

¹⁸ BGH NJW 2009, 2888 (2890); NJW 2010, 2432 (2435).

¹⁹ Albrecht/Janson, CR 2016, 500 (502).

²⁰ Schiedermaier, in: Ehmann/Selmayr (Hrsg.), Datenschutz-Grundverordnung, 2017, Art. 85 Rn. 16.

ständig aufrechtzuerhalten und so den status quo zu erhalten. Erforderlich ist dazu jedoch in gesetzestechnischer Hinsicht, die bereits geregelten Bereichsausnahmen auf Ausnahmen von der DSGVO und von etwaigen verbleibenden Bestimmungen in einem neuen BDSG umzustellen.²¹

Nach unserer Auffassung erfüllt der Änderungsentwurf diese Voraussetzungen:

Nach dem deklaratorischen Verweis²² in § 48 WDRG-E bestimmt sich die Verarbeitung personenbezogener Daten zu journalistischen Zwecken nach Maßgabe der §§ 9c und 57 RStV in der jeweils geltenden Fassung. Die Vorschrift des § 9c RStV-E befasst sich allgemein mit der Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken und dem Medienprivileg. Absatz 1 enthält insbesondere eine entsprechende Bereichsausnahme von den zentralen Kapiteln der DSGVO. Eine solche ist darüber hinaus in § 57 Abs. 1 RStV-E implementiert worden, der die Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken und das Medienprivileg für die Anbieter von Telemedien regelt.

2. Datenschutzaufsicht

Das Europarecht sieht in der DSGVO auch Änderungen im Hinblick auf die Anwendung und Kontrolle des Datenschutzrechts vor. Die Aufsicht bleibt entsprechend der aktuellen Rechtslage im Zuständigkeitsbereich von mitgliedstaatlichen Behörden, auch wenn vereinzelt eine europäische „Superdatenschutzbehörde“ gefordert worden ist.²³ Gegen die Etablierung einer solchen spricht jedoch, dass eine effektive Datenschutzkontrolle erheblich von den Kenntnissen der Aufsichtsbehörde vor Ort abhängt.²⁴

Die entsprechenden europarechtlichen Vorgaben finden sich in Art. 51 ff. DSGVO. Nach Art. 51 Abs. 1 DSGVO sieht jeder Mitgliedstaat vor, dass eine oder mehrere unabhängige Behörden für die Überwachung der Anwendung der Verordnung zuständig sind, damit die Grundrechte und Grundfreiheiten natürlicher Personen bei der Verarbeitung geschützt werden und der freie Verkehr personenbezogener Daten in der Union erleichtert wird. Der Verordnungsgeber will dadurch eine Harmonisierung des europäischen Datenschutzrechts auch auf der Ebene der Normanwendung erreichen.²⁵ Zu den zentralen Aufgaben der Aufsichtsbehörde gehört es, in ihrem Hoheitsgebiet die Anwendung der DSGVO zu überwachen und durchzusetzen (Art. 57 Abs. 1 a) DSGVO).

Der Entwurf zu den Änderungen des WDR-Gesetzes enthält in den §§ 49 ff. WDRG-E eine entsprechende Umsetzung. So ist nach § 49 Abs. 1 WDRG-E zuständige Aufsichtsbehörde ein vom WDR ernannter WDR-Rundfunkdatenschutzbeauftragter. Dieser ist gemäß den eu-

²¹ So auch *BDZV/dju/DJV/Deutscher Presserat/VDZ*, Arbeitspapier zur Umsetzung des Art. 85 EU-Datenschutzgrundverordnung, Mai 2017, S. 5.

²² LT-Drs. 17/1565, S. 95.

²³ So *Kahler*, RDV 2013, 69 (71).

²⁴ *Nguyen*, in: Gola (Hrsg.), Datenschutz-Grundverordnung, 2017, Art. 51 Rn. 1.

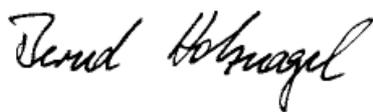
²⁵ *Selmayr*, in: Ehmann/Selmayr (Hrsg.), Datenschutz-Grundverordnung, 2017, Art. 51 Rn. 1.

ropäischen Vorhaben in der Ausübung seines Amtes unabhängig und nur dem Gesetz unterworfen. Darüber hinaus unterliegt er keiner Rechts- oder Fachaufsicht. Die Unabhängigkeit ist durch § 50 WDRG-E in einer eigenständigen Vorschrift geregelt worden, um ihre Bedeutung gesondert hervorzuheben.²⁶ Zu den zentralen Aufgaben des WDR-Rundfunkdatenschutzbeauftragten gehört es, die Einhaltung der DSGVO und anderer datenschutzrechtlicher Vorschriften bei der gesamten Tätigkeit des WDR und seiner Beteiligungsunternehmen zu überwachen (§ 51 Abs. 1 WDRG-E). Ihm steht bei festgestellten Verstößen ein Recht zur Beanstandung gegenüber dem Intendanten zu. Weiter fordert er von diesem eine Stellungnahme an und unterrichtet den Verwaltungsrat (§ 51 Abs. 2 WDRG-E).

III. Änderungen im Hinblick auf Rundfunk- und Verwaltungsrat

Die Gesetzesänderungen betreffen die Vorschriften bezüglich des Rundfunkrates und des Verwaltungsrates nur in geringem Umfang. In § 15 Abs. 17 WDRG-E ist nunmehr ein Sitzungsgeld für die Teilnahme an Sitzungen des ARD-Beirates vorgesehen. Grund dafür ist, dass von Seiten der ARD derzeit keine finanzielle Entschädigung geleistet wird.²⁷ Darüber hinaus kann der Rundfunkrat der oder dem Vorsitzenden nunmehr gemäß § 15 Abs. 20 WDRG-E die Möglichkeit einräumen, über befristete Einstellungen von Personen für das Gremienbüro für bis zu sechs Monaten ohne Befassung des Gremiums zu entscheiden. Zuvor war stets ein Beschluss des Rundfunkrates erforderlich, was sich insbesondere bei kurzfristig erforderlichen Einstellungen als zu wenig flexibel herausgestellt hat.²⁸ Bei den übrigen geänderten Vorschriften handelt es sich im Wesentlichen um Neuformulierungen und redaktionelle Korrekturen.²⁹

Münster, 22.02.2018



Prof. Dr. Bernd Holznagel, LL.M.



Christopher Pape, LL.M.

²⁶ LT-Drs. 17/1565, S. 95.

²⁷ LT-Drs. 17/1565, S. 93.

²⁸ LT-Drs. 17/1565, S. 93 f.

²⁹ LT-Drs. 17/1565, S. 94.