

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk | 08.03.2012 | Lesezeit 2 Min.

## Einschnitt für Sender und Sponsoren

*Der neue Rundfunkstaatsvertrag schränkt das Programmsponsoring im öffentlich-rechtlichen Fernsehen stark ein. Zwar finanzieren sich die Sender nur zu einem kleinen Anteil aus Sponsorengeldern, doch drohen ihnen gleichwohl Einbußen in zweistelliger Millionenhöhe.*

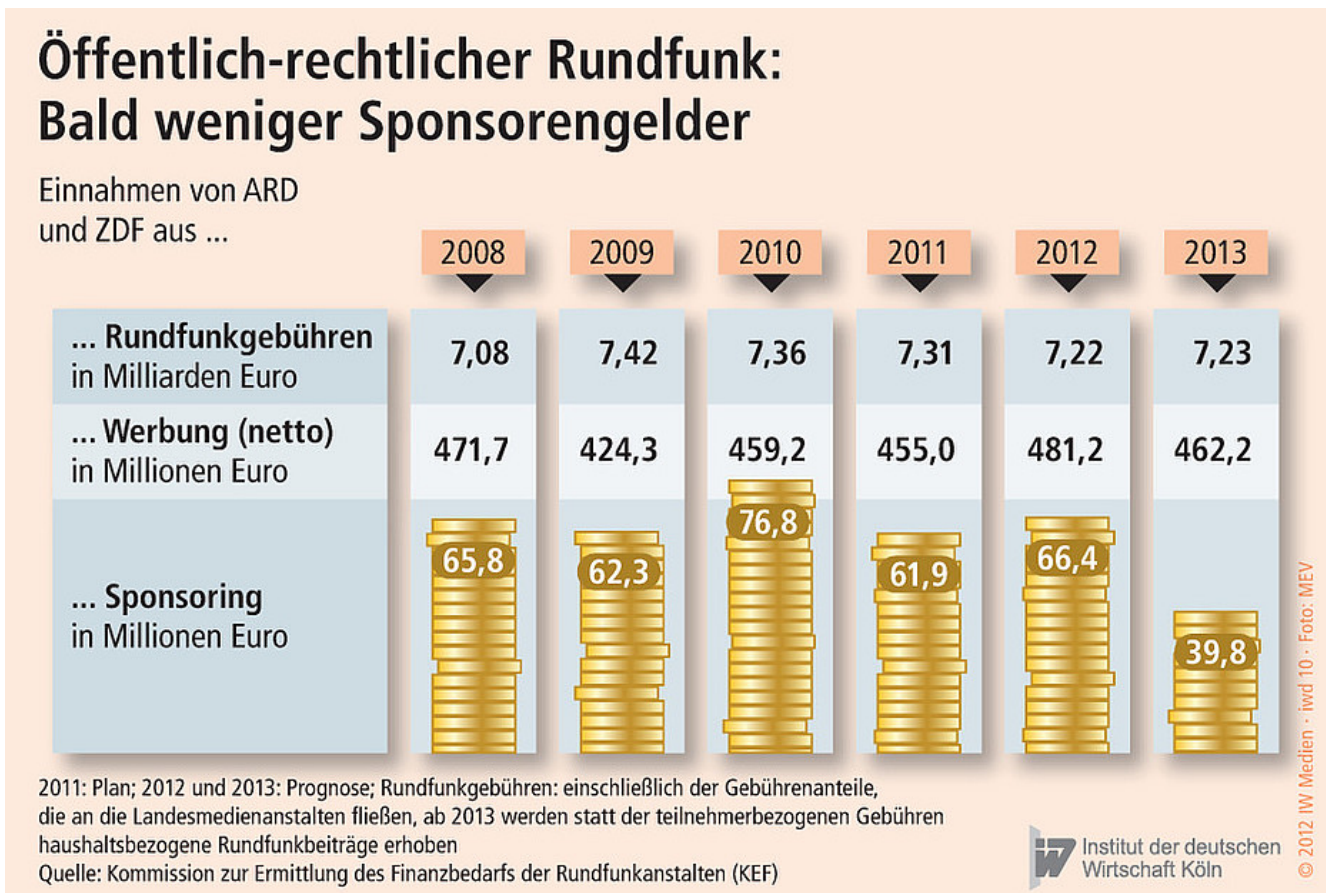
---

Ein Bierglas füllt sich gluckernnd vor einem Stauseepanorama, dazu erklingt Flötenmusik – so wünscht eine große Brauerei allsonntäglich den Krimi-Zuschauern „spannende Unterhaltung im Ersten“. Doch mit Beginn des kommenden Jahres bringt der neue Rundfunkstaatsvertrag (Kasten) das Aus für langjährige Sponsoring-Kooperationen wie zwischen dem Tatort und der „Perle der Natur“.

Werktags nach 20 Uhr sowie an Sonn- und bundesweiten Feiertagen soll es demnach auf ARD und ZDF kein Sponsoring mehr geben. Bisher war die Mitfinanzierung einer Sendung durch Unternehmen, anders als sonstige Werbung, nicht auf bestimmte Tageszeiten begrenzt. Ausgenommen von den neuen Einschränkungen ist die Übertragung von Großveranstaltungen wie den Olympischen Spielen oder der Fußball-Weltmeisterschaft. Ohne Sponsoring-Vertrag, so befürchteten offensichtlich die verantwortlichen Politiker, könnten die Sender für diese Ereignisse keine Übertragungsrechte mehr erwerben.

Die Sponsorengelder deckten zwar beispielsweise bei der ARD zuletzt nur rund 2 Prozent der Programmaufwendungen ab. Trotzdem wird die Gesetzesänderung in Zeiten stagnierender Rundfunkbeiträge und rückläufiger Werbeerlöse nicht spurlos an

den Öffentlich-Rechtlichen vorbeigehen (Grafik):



---

Im kommenden Jahr werden ARD und ZDF insgesamt etwa 40 Millionen Euro durch Sponsoring einnehmen – fast 27 Millionen Euro weniger als 2012.

---

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten schätzt, dass die ARD im Zeitraum 2013 bis 2016 auf rund 60 Millionen Euro verzichten muss und das ZDF auf 30 Millionen Euro.

Kein Wunder also, dass die Sender darüber nachdenken, künftig seltener kleinere Sportereignisse übertragen zu wollen – was wiederum die betroffenen Sportverbände gar nicht gerne hören. Und so manche sponsernde Firma befürchtet, dass sie künftig jene Konsumenten kaum noch erreichen kann, die vor allem öffentlich-rechtlich fernsehen.

Doch die Änderung des Rundfunkstaatsvertrags findet auch Zustimmung. So sind selbst viele öffentlich-rechtliche Fernsehmacher der Ansicht, die Koppelung von Programm und Firmenmarke stelle die Unabhängigkeit der entsprechenden Redaktionen infrage. Vonseiten der privaten Fernsehsender heißt es sogar, im Sinne eines ordnungspolitisch vertretbaren Mediensystems müsse Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ganz verboten werden.

## **Rundfunkstaatsvertrag**

Der seit 1991 schon 15-mal geänderte Vertrag definiert unter anderem den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, regelt dessen Koexistenz mit privaten Sendern und legt die zulässige Dauer und Form der Rundfunkwerbung fest. Seit einigen Jahren regelt er auch die Internetangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Im Dezember 2010 beschlossen die Bundesländer neben Änderungen der Sponsoring-Vorschriften vor allem, die Rundfunkgebühr ab 2013 als Beitrag je Haushalt zu erheben.

### **Kernaussagen in Kürze:**

- Der neue Rundfunkstaatsvertrag schränkt das Programm­sponsoring im öffentlich-rechtlichen Fernsehen stark ein.
- Die Sponsoring­gelder deckten zwar beispielsweise bei der ARD zuletzt nur rund 2 Prozent ab.
- Im kommenden Jahr werden ARD und ZDF insgesamt etwa 40 Millionen Euro durch Sponsoring einnehmen.