Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 18/2013

Der Chef der Staatskanzlei
des Landes Schleswig-Holstein
Der Bevollmächtigte des Landes
Schleswig-Holstein beim Bund

Der Chef der Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein
Postfach 71 22 | 24171 Kiel

Vorsitzende
des Innen- und Rechtsausschusses
des Schleswig-Holsteinischen Landtages
Frau Barbara Ostmeier, MdL
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

11. November 2013

Prüfung der Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein

Sehr geehrte Frau Ostmeier,

in der Sitzung des Landtages am 20. Juni 2013 und zuvor in der Sitzung des Innen- und Rechtsausschusses am 22. Mai 2013 hatte die Landesregierung darüber berichtet, dass eine Prüfung eingeleitet worden ist, ob und gegebenenfalls wie lokaler terrestrischer Hörfunk in Schleswig-Holstein eingeführt werden könnte.

Mit Bezugnahme auf diese Berichte möchte ich Ihnen zur weiteren Information des Innen- und Rechtsausschusses das Gutachten „Perspektiven für lokalen Hörfunk in Schleswig-Holstein“ übersenden, das die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) auf Bitte der Landesregierung gefertigt hat.

Gern ist die Staatskanzlei bereit, im Ausschuss in einer seiner nächsten Sitzungen Stellung zu dem Gutachten zu nehmen und das weitere Verfahren zu erläutern. Empfehlen möchte ich, den Direktor der MA HSH, Herrn Thomas Fuchs, als Verfasser des Gutachtens zu dieser Sitzung ebenfalls einzuladen.

Mit freundlichen Grüßen

S. Studt

Stefan Studt

Düsternbrooker Weg 104, 24105 Kiel | Telefon 0431 988-1800 | Telefax 0431 988-1962 | stefan.studt@stk.landsh.de |
In den Ministergärten 8, 10117 Berlin | Telefon 030 746847-100 | Telefax 030 746847-505 | stefan.studt@stk.landsh.de |
E-Mail-Adressen: Kein Zugang für elektronisch signierte oder verschlüsselte Dokumente. | Das Landeswappen ist gesetzlich geschützt.

Direktor

Norderstedt, 17. Juni 2013

Perspektiven für lokalen Hörfunk in Schleswig-Holstein

Stellungnahme der

Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH)

- Um Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse bereinigte zur Veröffentlichung bestimmte Fassung -

Perspektiven für lokalen Hörfunk in Schleswig-Holstein

1. Vorbemerkung

2. Lokaler Hörfunk in Deutschland
   - 2.1 Strukturen
   - 2.2 Wirtschaftlichkeit
     - 2.2.1 Wirtschaftliche Perspektiven des kommerziellen Hörfunks insgesamt
     - 2.2.2 Wirtschaftliche Lage des kommerziellen Lokalfunks
     - 2.2.3 Lokaler kommerzieller Hörfunk und lokale Werbemärkte
   - 2.3 Lokaler nichtkommerzieller Hörfunk als alternatives Modell

3. Perspektiven für lokalen Hörfunk in Schleswig-Holstein
   - 3.1 Frequenztechnische Ausgangslage, technische Reichweiten und Verbreitungskosten
     - 3.1.1 Region Sylt
     - 3.1.2 Region Bredstedt
     - 3.1.3 Region Lübeck/Ratzeburg
     - 3.1.4 Region Flensburg
     - 3.1.5 Region Kiel
     - 3.1.6 Region Neumünster
   - 3.2 Kosten: Mitarbeiter, GEMA, GVL etc.
   - 3.3 Perspektiven für nichtkommerziellen Lokalfunk in Schleswig-Holstein
     - 3.3.1 Offene Kanäle / NKL
     - 3.3.2 Förderung durch Medienstiftung Hamburg Schleswig-Holstein

4. Bewertung vorliegender Interessenten resp. vorliegender Businesspläne
   - 4.1 Region Sylt: Antenne Sylt
   - 4.2 Region Lübeck und Ratzeburg: RZ 1

5. Bewertung der einzelnen Regionen
   - 5.1 Region Sylt
   - 5.2 Region Bredstedt
   - 5.3 Region Lübeck/ Ratzeburg
   - 5.4 Region Flensburg
   - 5.5 Region Neumünster

5.6 Region Kiel

6. Fazit

Anhang
Rechtliche Fragestellungen im Zusammenhang mit der Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein

1. Vorbemerkung

Die Hörfunknutzung in Deutschland ist in den vergangenen Jahren auf hohem Niveau stabil geblieben. Ihre Dauer liegt an einem durchschnittlichen Wochentag laut Media Analyse 2013 bundesweit bei knapp 200 Minuten, in Schleswig-Holstein mit 213 Minuten sogar leicht über diesem Durchschnittswert. Das Hörerinteresse ist also nach wie vor hoch, und das gilt offenkundig auch für den lokalen Hörfunk, denn immerhin ist die Zahl der lokalen Hörfunkangebote in den vergangenen Jahren weiter gestiegen, und zwar von 131 Programmen im Jahr 2008 auf 161 Programme im Jahr 2011. Obwohl der lokale Hörfunk einen überwiegenden Teil, nämlich zwei Drittel des privaten Hörfunkangebots in Deutschland ausmacht, ist diesem Sektor bisher weder besonderes medienökonomisches noch medienwissenschaftliches Interesse zuteil geworden.

Die Ursachen für den Anstieg der lokalen Hörfunkangebote sind vielfältig. Der zunehmende Markt für location based services und die Diskussionen über solche Angebote zeigen, dass der Bedarf an lokalen Informationen und kommunaler Kommunikation bei aller Globalisierung der Kommunikation und ihrer technischen Standards eher zu- als abnimmt. Unbestritten ist zudem, dass lokale Hörfunkangebote zu einer Steigerung publizistischer Vielfalt beitragen können. Lokale Inhalte sind ebenso ein Bestandteil von Informations- und Meinungsvielfalt wie nationale/internationale Inhalte. Sie leisten bundesweit einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur regionalen und kommunalen Integration sowie zur Förderung der regionalen kulturellen Identitäten.[1] Insofern kann mit Blick auf ein möglichst vielfältiges Medien- und Inhalteangebot und einen möglichst lebendigen Medienstandort Hamburg/Schleswig-Holstein lokaler Hörfunk ein wichtiges und bedenkenswertes Element sein. Allerdings bedarf es einer genauen Evaluation, ob, in welchen Regionen und auf welcher Finanzierungsgrundlage ein lokales Hörfunkangebot realisiert werden kann.

---

[1] Welche Bedeutung dem lokalen Hörfunk andernorts zugemessen wird, zeigt insbesondere die jüngste Novelle des Landesmediengesetzes in Baden-Württemberg. Sie sieht eine Erweiterung der Fördermöglichkeiten für den nichtkommerziellen Hörfunk vor.

2. Lokaler Hörfunk in Deutschland

2.1 Strukturen

Die lokale Hörfunklandschaft in Deutschland zeichnet sich durch eine erhebliche Anbietervielfalt, aber auch durch in den einzelnen Ländern sehr unterschiedliche Strukturen aus, in die der lokale Hörfunk jeweils eingebettet ist. Mittlerweile gibt es außer in Sachsen-Anhalt, Thüringen, Hessen und Schleswig-Holstein in allen anderen Bundesländern kommerzielle private lokale Hörfunkangebote. Zuletzt wurden im Jahr 2010 in Niedersachsen die gesetzlichen Möglichkeiten geschaffen, allerdings ist dort bislang noch kein lokaler Anbieter auf Sendung gegangen.

Prototypisch lassen sich bei der Gestaltung der lokalen Hörfunklandschaft zwei unterschiedliche Strukturmodelle beschreiben:

Das erste Modell besteht darin, dass mit der Einführung des dualen Rundfunksystems eine lokale Radiostruktur geplant und so umgesetzt wurde, dass sich die Verbreitungsgebiete der lokalen Hörfunkangebote möglichst nicht überschneiden und sich lokale private Radioangebote möglichst wenig Konkurrenz machen. Ein solches Modell wurde in Bayern und in Nordrhein-Westfalen realisiert, wobei die Ausgestaltungsweise in beiden Ländern höchst unterschiedlich ist. In Bayern gibt es einen landesweiten privaten Anbieter (Antenne Bayern) und mehr als 60 lokale Hörfunkangebote in ebenso vielen klar gegeneinander abgegrenzten Lokalradiogebieten. Dem landesweiten Anbieter ist weder eine Regionalisierung des Programms noch eine Regionalisierung der Werbung erlaubt, um die Konkurrenz auf den lokalen Werbemärkten überschaubar zu halten.

Das zweite Modell beruht darauf, dass zunächst eine landesweite Verbreitung privater Hörfunkangebote (so genannte landesweite UKW-Ketten) geplant und realisiert und erst später als Ergänzung eine lokale Hörfunkstruktur etabliert wurde. Exemplarisch für eine solche Entwicklung ist neben Rheinland-Pfalz und Sachsen nun auch Niedersachsen. Bei diesem zweiten Modell ist das Verhältnis von landesweiten und lokalen Anbietern jeweils recht unterschiedlich.

Während im ersten Modell die Hörfunklandschaft eines Landes primär lokal strukturiert ist, soll im zweiten Fall der lokale Hörfunk eine publizistische und

programmliche Ergänzung des landesweit ausgerichteten Hörfunks mit dem Ziel einer Stärkung kommunaler Kommunikation darstellen.

2.2 Wirtschaftlichkeit

2.2.1 Wirtschaftliche Perspektiven des kommerziellen Hörfunks insgesamt

Die Frage nach der Wirtschaftlichkeit lokalen Hörfunks lässt sich nur vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Perspektiven des kommerziellen Hörfunks insgesamt betrachten.

Allgemein wird davon ausgegangen, dass aufgrund veränderter Soziodemographie und veränderter Mediennutzung die Hörfunknutzung zeitlich zurückgehen wird und mit ihr auch die Zahl der vermarktbaren Hörerkontakte. Das Mediaagenturnetzwerk OMD prognostiziert in seiner Studie „Media Map 2015-2020" bis 2020 eine jährlich um 3 bis 5 Prozent sinkende Hörfunknutzung. Diese Entwicklung wird begleitet von strukturellen Veränderungen auf dem Werbemarkt und damit einhergehenden Neu- und Umverteilungen der Werbebudgets zugunsten des Online-Sektors.[2] Entsprechend geht der Hörfunkvermarkter RMS nach Rückgängen der Nettowerbeumsätze von Mio. Euro im Jahr 2000 auf Mio. Euro im Jahr 2012 von weiteren Rückgängen bei der Wertentwicklung in den kommenden Jahren aus.

[2] Dabei muss man bedenken, dass auch international agierende Internet-Unternehmen in die regionalen und lokalen Werbemärkte vordringen.

Diese allgemeinen Marktdaten deuten darauf hin, dass die Refinanzierung des kommerziellen Hörfunks in den kommenden Jahren nicht einfacher wird, da den prognostizierten Umsatzrückgängen nur bedingt Kostenreduzierungs-Potentiale gegenüber stehen. Eine Reduzierung des Personalkostenanteils etwa würde die Gefahr einer Verschlechterung der Programmqualität mit sich bringen.

2.2.2 Wirtschaftliche Lage des kommerziellen Lokalfunks

Laut Untersuchungen zur wirtschaftlichen Lage des lokalen Hörfunks in den Jahren 2009 bis 2010 konnten die bereits genannten 161 privaten lokalen Hörfunkveranstalter gewinnbringend arbeiten. Der Kostendeckungsfaktor lag insgesamt bei 108 Prozent im Jahr 2010, dies bei Gesamterlösen von 194,8 Mio. Euro und Gesamtausgaben von 180,8 Mio. Euro. Ein Überschuss von 14 Mio. Euro über 161 Anbieter zeigt allerdings auch, dass auf diesem Sektor wenig Investitions- und Innovationspotential und entsprechend wenig Spielräume vorhanden sind. Zudem ist der Kostendeckungsgrad des lokalen Hörfunks in den verschiedenen Ländern sehr unterschiedlich, er schwankt zwischen 110 Prozent in Bayern, 108 Prozent in Berlin/Brandenburg, 103 Prozent in Sachsen und 101 Prozent in Baden-

Württemberg.[3] Wenngleich also der lokale Hörfunk insgesamt betrachtet zwar nicht defizitär ist, so deuten doch die länder- und regionalspezifischen Unterschiede darauf hin, dass die Frage der Wirtschaftlichkeit des lokalen Hörfunks nicht zuletzt abhängig ist von der strukturellen Anlage der Hörfunklandschaft in den einzelnen Ländern.[4] Dies wird bestätigt durch die Tatsache, dass der Kostendeckungsgrad dort am höchsten ist, wo von einem Primat des lokalen Hörfunks ausgegangen wurde und durch strikt abgegrenzte Verbreitungsgebiete strukturell eine geringe Konkurrenz in Bezug auf Hörer und Werbemärkte zwischen lokalen, regionalen und landesweiten Hörfunkangeboten besteht, wie dies vor allem in Bayern (im Unterschied zu Baden-Württemberg) der Fall ist.

Die Beispiele Rheinland-Pfalz und auch Niedersachsen hingegen zeigen, dass eine spätere Ergänzung des bestehenden landesweiten privaten Hörfunks durch lokalen Hörfunk sowohl frequenztechnisch als auch wirtschaftlich sehr schwer zu realisieren ist. Dies zeigt sich auch daran, dass in Niedersachsen erst ab einer technischen Reichweite von 300.000 Hörern die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines lokalen Hörfunkangebots ohne detaillierte Prüfung angenommen wird.[5]

Neben der ohnehin schwierigen frequenztechnischen Lage stellen die in Relation zu den Gesamtbudgets recht hohen Kosten für die Programmverbreitung, die auf jeden Fall dann anfallen, wenn bestehende Rundfunksenderstandorte (Sendetürme) genutzt werden müssen, um eine nennenswerte und ggf. vermarktbare technische Reichweite zu erzielen, ein nicht zu unterschätzendes Problem dar. Gemeinsam mit Sachkosten (Mieten, Lizenz- und Urheberrechtskosten, GEMA und GVL) machen die Verbreitungskosten einen erheblichen Kostenanteil (> 50 Prozent) aus.

---

[3] Vgl. Wirtschaftliche Lage des Rundfunks 2010/2011, hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), Berlin 2012.

[4] Berücksichtigen muss man hier zudem, dass in manchen Ländern wie Bayern dem lokalen Hörfunk in den Anfängen eine umfängliche Förderung der technischen Infrastruktur zuteil geworden ist. In struktur- und einwohnerschwachen Regionen Bayerns erfolgt ab einer bestimmten Relation von Kosten pro erreichtem Hörer nach wie vor eine Förderung.

[5] Laut Niedersächsischem Mediengesetz können auch Gebiete mit geringerer technischer Reichweite ausgewählt werden. In diesem Fall muss allerdings eine detaillierte Wirtschaftlichkeitsprüfung der Anträge auf Kapazitätszuweisung durch die dortige Landesmedienanstalt erfolgen. Vgl. § 9 Abs. 4 NMedienG in der Neufassung vom 11. Oktober 2010 sowie die erläuternde amtliche Begründung zum NMedienG.

2.2.3 Lokaler kommerzieller Hörfunk und lokale Werbemärkte

Wie für kommerzielle lokale Printmedien, so gilt auch für den kommerziellen lokalen Hörfunk, dass dieser einen erheblichen Teil seiner Refinanzierung auf den lokalen Werbemärkten generieren muss. Im Bundesdurchschnitt betrug 2010 der Anteil der lokalen Werbung an den Gesamterträgen des lokalen Hörfunks 58 Prozent, in Berlin Brandenburg lag der Anteil bei etwa 55 Prozent, in Sachsen bei ca. 50 Prozent, in Baden-Württemberg bei etwa 48 Prozent.[6]

Im Vergleich zu den Erlösen aus regionaler Werbung fallen die Einnahmen über Sponsoring deutlich geringer aus. Sie liegen im Bundesdurchschnitt bei knapp 7 Prozent, allerdings finden sich bei den Sponsoringerlösen große regionale Unterschiede. Während in Sachsen nur knapp 6 Prozent der Erlöse aus dem Sponsoring kommen, sind es in Baden-Württemberg 9 Prozent, in Berlin/ Brandenburg beläuft sich der Anteil des Sponsoring dagegen auf fast 20 Prozent.

Solche Ergebnisse sind ein Indikator dafür, dass Standort und Umfeld für die Refinanzierung von kommerziellem lokalem Hörfunk von besonders großer Bedeutung sind. Insbesondere in solchen potentiellen Versorgungsgebieten, die nicht zu den bevölkerungsreichen Regionen gehören und mithin keine besonders hohe Hörerreichweite versprechen, dürfte - von wenigen Ausnahmen abgesehen - die Refinanzierung über Werbung und Sponsoring erhebliche Probleme aufwerfen. Eine signifikante Erhöhung des Sponsoringanteils und damit eine geringere Abhängigkeit von klassischer Spotwerbung sind nur in sehr wenigen Regionen überhaupt denkbar.

Generell wird im Blick auch auf den kommerziellen (lokalen) Hörfunk davon ausgegangen, dass erst ab einer technischen Reichweite von 300.000 Hörern eine für die Werbevermarktung relevante Größe erreicht ist, wobei die technischen

---

[6] Vgl. Wirtschaftliche Lage des Rundfunks, S. 178; S. 294; S. 492. Wie alle elektronischen Werbeträger, so hat nach den Erhebungen des ZAW auch der Hörfunk als Werbeträger in den Jahren 2010 - 2011 zwar leicht zugelegt, im Jahr 2012 allerdings wieder erkennbare Verluste hinnehmen müssen. Vgl. Werbung in Deutschland 2012, hrsg. vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), Berlin 2012, S. 19.

Reichweiten vieler lokaler Hörfunkprogramme z.B. in Nordrhein-Westfalen weit höher liegen.[7] Setzt man die technische Reichweite ins Verhältnis zur werberelevanten Größe der Hörer in der Durchschnittsstunde und legt dabei, wie Radiovermarkter wie der Radio Marketing Service (RMS) es in der Regel tun, einen durchschnittlichen Prozentsatz von 2 bis 4 Prozent zugrunde, so ergibt dies bei einer technischen Reichweite von 300.000 Hörern eine Nettoreichweite von 6.000 bis 12.000 Hörern, die als Grundlage für eine Werbevermarktung dienen. Zum Vergleich: R.SH kann von einer technischen Reichweite von ca. 4,5 Mio. Hörern ausgehen und erreicht nach den Ergebnissen der ma 2013 Radio/I eine Nettoreichweite von 213.000 Hörern in der Durchschnittsstunde. Darüber hinaus besteht für den kommerziellen lokalen Hörfunk noch die große Schwierigkeit, an Reichweitendaten, also an Daten zur Vermarktung von Medialeistungen zu gelangen. Um als Programm in der vermarktungsrelevanten Media Analyse Hörfunk ausgewiesen zu werden, benötigt jedes Programm eine Mindestfallzahl, derzeit 351 Fälle. Eine solche Fallzahl wird selbst in mittelgroßen Städten wie Kiel ohne eine erhebliche Aufstockung der MA-Fallzahlen nicht erreicht, in bevölkerungsschwächeren Regionen ist dies gar nicht möglich.[8] Da kommerzieller lokaler Hörfunk kaum eine Chance hat, eine Ausweisung in der Media Analyse zu erreichen, fehlen in der Regel die Leistungswerte für den Werbemarkt.[9]

Die Etablierung lokalen Hörfunks hat zudem Auswirkungen auf die lokalen Werbemärkte. Betroffen vom Markteintritt eines weiteren Werbeträgers wären insbesondere regionale/lokale Tageszeitungen und die ohnehin vom Wandel auf dem Werbemarkt betroffenen lokalen Anzeigenblätter, wobei diese aufgrund crossmedialer Strukturen bei lokal informierenden Medien häufig miteinander

---

[7] In NRW verfügen viele lokale Programme über eine technische Reichweite, die bei 500.000 Einwohnern und mehr liegt. Das Programm von Radio Herne beispielsweise hat eine Reichweite von annähernd 1 Mio, steht gleichwohl nach eigenen Angaben vor der Insolvenz. Auch die lokalen Hörfunkprogramme in Rheinland-Pfalz stehen aktuell vor erheblichen finanziellen Schwierigkeiten.

[8] Entsprechend wird in Bayern mit einem erheblichen finanziellen Aufwand - die BLM allein beteiligt sich mit einer Fördersumme von 1 Mio. Euro - die Funkanalyse Bayern mit 20.000 Befragten durchgeführt. Zum Vergleich: Die aufgestockte MA in Hamburg/Schleswig-Holstein umfasst insgesamt ca. 5.300 Fälle.

[9] In Sachsen haben sich die lokalen Veranstalter zusammengeschlossen und lassen sich von einem der landesweiten Veranstalter mit vermarkten.

verbunden sind.[10] Wie die Chancen eines Markteintritts sind, hängt auch vom bestehenden Werbedruck in den betreffenden Regionen ab.

Angesichts der erkennbar schwierigen Refinanzierung eines lokalen Hörfunkangebots über lokale Werbemärkte ist verschiedentlich über eine Liberalisierung der Werberegulierung, wie sie in Ansätzen für den lokalen Fernsehsektor besteht, nachgedacht worden. Andere Förderungen des lokalen Hörfunks auf der Grundlage von § 40 Rundfunkstaatsvertrag etwa in Form einer Förderung der technischen Infrastruktur, ist grundsätzlich im Bereich des kommerziellen lokalen Hörfunks nicht zulässig und findet nur in Ausnahmefällen (z.B. in Bayern) statt. In der Regel ist dies ein Fördermodell für den nichtkommerziellen lokalen Hörfunk.

2.3 Lokaler nichtkommerzieller Hörfunk als alternatives Modell

Eine Alternative zum kommerziellen lokalen Hörfunk stellt der nichtkommerzielle lokale Hörfunk dar. Nichtkommerzieller lokaler Hörfunk leistet in vielen Regionen Deutschlands einen relevanten publizistischen Beitrag zur lokalen Information und kommunalen Kommunikation. Dabei sind nichtkommerzielle Lokalradios grundsätzlich werbefrei. Z.B. in Hamburg gibt es allerdings die Möglichkeit, zur Refinanzierung auch Einnahmen über Sponsoring zu generieren. Dies kann durchaus ein Anreiz für Mäzene sein, sich in diesem Bereich zu engagieren. Die Mitarbeit an der Programmerstellung erfolgt im Wesentlichen ehrenamtlich. Die Finanzierung der laufenden Kosten erfolgt durch Mitgliedsbeiträge der als gemeinnützig anerkannten Trägervereine sowie durch Spenden.

Allerdings ist der nichtkommerzielle lokale Hörfunk nur dann realisierbar, wenn ausreichende Mittel für eine Förderung der technischen Ausstattung und der technischen Infrastruktur einschließlich der laufenden Verbreitungskosten zur Verfügung stehen, da die o.g. Einnahmen allein nicht reichen würden. Die Förderung nichtkommerzieller Hörfunkveranstalter erfolgt bundesweit insbesondere durch Landesmedienanstalten, die dafür einen Rundfunkgebührenanteil verwenden. Bundesweit gibt es derzeit in elf Bundesländern insgesamt vierzig

[10] Vgl. Horst Röper, Multimediale Anbieter- und Angebotsstrukturen auf lokaler Ebene. In: Media Perspektiven 12/2012, S. 648 - 626.

nichtkommerzielle Lokalfunkprogramme. Nur in den Bundesländern Bremen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Schleswig-Holstein gibt es derzeit keine nichtkommerziellen lokalen Hörfunkangebote.

Die nichtkommerziellen Lokalradios finanzieren sich in der Regel durch Förderungen der Landesmedienanstalten sowie in geringem Umfang aus Eigenmitteln (z.B. Vereinsbeiträge), Spenden und lokalen Unterstützungsleistungen beispielsweise der Kommunen. Die meisten Landesmedienanstalten fördern die nichtkommerziellen Lokalradios aus ihrem Anteil an den Rundfunkgebühren. Die Förderhöhe schwankt von Land zu Land stark.

In Baden-Württemberg, Hessen, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen zahlt die jeweilige Landesmedienanstalt die Sende- und Leitungskosten und fördert darüber hinaus jeden einzelnen Sender mit ungefähr 100.000 Euro jährlich. In Berlin fördert die Medienanstalt einen Zusammenschluss verschiedener Veranstalter zu einem nichtkommerziellen Lokalradio und zahlt auch die Sende- und Leitungskosten in Höhe von ca. 120.000 Euro p.a. In Mecklenburg-Vorpommern unterstützt die dortige Landesmedienanstalt das einzige nichtkommerzielle Lokalradio, das selbst eigeninitiativ weitere Fördermittel akquiriert, mit jährlich 31.000 Euro. In Bayern wird zumindest eines der beiden nichtkommerziellen Lokalradios mit 21.000 Euro jährlich gefördert. Eine vergleichsweise geringe Förderung erfolgt durch die Sächsische Landesmedienanstalt (SLM), die bei zwei der sächsischen NKLs die Sende- und Leitungskosten mit insgesamt 14.600 Euro mitfinanziert.

Hamburg ist das einzige Bundesland, in dem aufgrund der Rechtslage nicht die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) den nichtkommerziellen Hörfunk fördert, sondern dies durch die Medienstiftung Hamburg/ Schleswig-Holstein erfolgt. Die beiden nichtkommerziellen Hörfunkveranstalter Freies Senderkombinat und Hamburger Lokalradio erhalten auf diesem Weg jährliche Fördermittel in Höhe von 36.000 Euro (FSK) und 13.000 Euro (HLR). Damit werden Sender- und Leitungskosten sowie die Kosten für GEMA und GVL bestritten.

3. Perspektiven für lokalen Hörfunk in Schleswig-Holstein

Die Ausgangslage in Schleswig Holstein stellt sich folgendermaßen dar: Neben den drei privaten landesweiten Vollprogrammen von R.SH, Delta Radio und Radio Nora, die ihr Programm flächendeckend über landesweite UKW-Ketten verbreiten, wird mit Klassik Radio zudem ein bundesweites Hörfunk Spartenprogramm über eine vierte UKW-Kette verbreitet, wobei diese vierte UKW-Kette keine hundertprozentige landesweite Versorgung mehr ermöglicht. Ergänzt wird die bislang gesetzlich in § 17 Abs. 1 Satz 2 MStV HSH festgelegte landesweite Anlage des privaten Hörfunks in Schleswig-Holstein durch den über Rundfunkgebühren finanzierten Offenen Kanal, der drei Offene Kanäle Hörfunk in Kiel, Lübeck und Heide für die Westküste Schleswig-Holsteins betreibt. Bislang sind, was die strukturelle Anlage des privaten Hörfunks in Schleswig-Holstein angeht, lokaler kommerzieller und lokaler nichtkommerzieller Hörfunk nicht vorgesehen.

Jenseits der vier UKW-Ketten für private kommerzielle Hörfunkveranstalter und der Einzelfrequenzen für den Offenen Kanal sind für Schleswig-Holstein keine leistungsstarken UKW-Frequenzen mehr planbar. Wie in anderen Regionen auch ist das UKW-Spektrum weitestgehend ausgeplant und lässt allenfalls noch die Einplanung von Klein- und Kleinstfrequenzen zu. Tabelle 1 zeigt die von privaten Hörfunkveranstaltern genutzten Frequenzen und Standorte in Schleswig-Holstein.

UKW-Senderstandorte in Schleswig-Holstein

Senderstandort	R.SH	Delta Radio	Radio NORA	Klassik Radio	OK Westküste Kiel/Lübeck	
Ahrensburg		96,5				MHz
Bredstedt			98,1			MHz
Eiderstedt/Garding			94,1	91,7	97,6	MHz
Eutin/Bungsberg	100,2	104,1	106,2	97,2		MHz
Flensburg	101,4	105,6	88,5	106,5		MHz
Föhr					96,7	MHz
Güby (bei Schleswig)				93,9		MHz
Hamburg/Heinrich-Hertz-Turm	100,0	93,4		98,1		MHz
Hamburg/Lohbrügge	102,0	107,7				MHz
Hamburg/Bergedorf			93,7			MHz
Heide	103,8	100,4	96,9		105,2	MHz
Helgoland	100,0	103,5	101,6	89,8		MHz

Itzehoe			104,9	92,7		MHz
Husum			92,0		98,8	MHz
Kaltenkirchen/Kisdorf	102,9	107,4	101,1			MHz
Kiel	102,4	105,9	97,0	97,4	101,2	MHz
Lauenburg	102,5	105,6	97,4			MHz
Lübeck/Berkenthin	101,5	107,9		93,6		MHz
Lübeck/Stockelsdorf			91,5		98,8	MHz
Neumünster			88,9			MHz
Niebüll/Süderlügum			107,2	94,7		MHz
Rendsburg			93,6	92,9		MHz
Schleswig			92,4	100,8		MHz
Sylt	102,8	104,8	89,1	89,8		MHz

Tabelle 1: Quelle MA HSH

Die landesweiten kommerziellen privaten Hörfunkveranstalter in Schleswig-Holstein verbreiten ihr Programm unter der Maßgabe, dass „Hörfunkvollprogramme, die als Landesprogramme verbreitet werden, zwei Stunden der täglichen Sendezeit regionale Fensterprogramme enthalten oder auf andere Weise einen Beitrag zur regionalen Berichterstattung leisten“ (§ 26 Abs. 6 Satz 9 MStV HSH) müssen. Entsprechend enthalten die drei landesweiten privaten Hörfunkvollprogramme in Schleswig-Holstein sowohl regionale Programm- als auch regionale Werbeanteile.

Die regionalen Programmanteile bestehen aus mehrfach am Tag ausgestrahlter nachrichtlicher Berichterstattung aus mindestens vier, meist fünf Regionen sowie aus zusätzlichen Nachrichten und Services nach Bedarf, z.B. regionale Wetterereignisse, regionale Sportergebnisse und regionale Veranstaltungskalender. Im Rahmen der Regionalisierung gibt es im Bereich Nord Nachrichten auch in dänischer Sprache.

Bei der Werbevermarktung bietet der Vermarkter mach3 für die Ausstrahlung regionaler Werbung die Möglichkeit an, unterschiedliche Regionalbelegungen zu buchen. Unterschieden werden dabei vier Regionalgebiete in Schleswig-Holstein inkl. des Ballungsraums Hamburg. Nach eigenen Angaben hat bei den drei landesweiten privaten Veranstaltern R.SH, delta radio und Radio NORA eine deutliche Verschiebung in Richtung regionaler Vermarktung stattgefunden. So erwirtschaftet R.SH aufgrund von Umsatzrückgängen bei der nationalen Vermarktung mittlerweile 60 Prozent aus dem regionalen und nur noch 40 Prozent aus dem nationalen Markt. Bei der so genannten regionalen Vermarktung wird noch

einmal unterschieden zwischen einer landesweiten und einer subregionalen Vermarktung. Mittlerweile beläuft sich der Anteil der Vermarktung in den Subregionen (1) Flensburg/Sylt/Heide, (2) Kiel/Rendsburg, (3) Lübeck/Eutin/Lauenburg sowie (4) Hamburg und Umland, auf nahezu die Hälfte der genannten 60 Prozent der regionalen Vermarktung.[11]

Abbildung 3: Subregionale Vermarktungsgebiete der landesweiten Hörfunkveranstalter in Schleswig-Holstein. Quelle:mach 3

Diese Verschiebung in Richtung einer regionalen/subregionalen Vermarktung, die auch in anderen Ländern beobachtet werden kann, dient einer Teilkompensation der Rückgänge bei der nationalen Vermarktung.

Es besteht also eine programmliche Regionalisierung und Differenzierung und eine Regionalisierung und Subregionalisierung der Werbevermarktung bei den landesweiten Hörfunkvollprogrammen. Allerdings sind die folgenden lokalen Versorgungsgebiete, mit Ausnahme von Kiel, räumlich deutlich kleiner und daher kaum mit den genannten vier Subregionen zu vergleichen.

[11] Bei den genannten Gebieten handelt es sich um die vom Hörfunkvermarkter mach 3 angebotenen Vermarktungsregionen in Schleswig-Holstein.

3.1 Frequenztechnische Ausgangslage, technische Reichweiten und Verbreitungskosten

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) hat der Staatskanzlei Schleswig-Holstein im Februar 2013 die Ergebnisse einer Untersuchung zu theoretisch verfügbaren UKW-Übertragungskapazitäten für eine lokale Hörfunkversorgung in verschiedenen Regionen Schleswig-Holsteins vorgelegt. Die Untersuchung der Bundesnetzagentur kommt zu dem Ergebnis, dass in insgesamt fünf Gebieten, der Region Flensburg/ Glücksburg, der Region Sylt/Bredstedt/Föhr, der Region Kiel sowie den Regionen Neumünster und Lübeck, Übertragungskapazitäten mit nutzbaren Sendeleistungen zwischen 50 und 200 Watt zur Verfügung stehen (s. Tabelle 2). Ausgangspunkt der Berechnungen waren Senderstandorte (Sendetürme), die bereits heute für die Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehangeboten genutzt werden, da Ausbreitungs- oder Nutzungsberechnungen ohne die Annahme eines Standortes nicht möglich sind. Faktisch handelt es sich also um Sendetürme des NDR oder der Deutschen Funkturm GmbH.

Tabellarische Übersicht der Recherchen

Standort/Sendername	Frequenz [MHz]	Leistung [ERP/W]	Antennenhöhe [m]
Flensburg Wassersleben	98,6/98,5	200/160	38
Sylt (Morsum)	88,4	50	75
... oder Westerland	88,4	100	54
... oder Sylt (Morsum)	88,1	50	75
... oder Westerland	88,1	100	54
Bredstedt	88,1	100	100
Kiel	107	50	132
Neumünster	93,4	50	80
Lübeck	88,4/88,5	50	64
... oder Stockelsdorf	88,5	50	100
... oder Berkenthin	88,5	100	100

Tabelle 2: © Bundesnetzagentur

Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass die vorliegenden Berechnungen nicht zwangsläufig gleichzusetzen sind mit einer faktischen Nutzbarkeit der Standorte.

Insgesamt muss bei der Bewertung der frequenztechnischen Ausgangslage die große Abhängigkeit der berechneten Versorgungsgebiete von dem jeweils zugrundegelegten Senderstandort berücksichtigt werden. Die Wahl des Standorts und die mögliche Antennenhöhe entscheiden maßgeblich darüber, ob eine Übertragungskapazität überhaupt als wirtschaftlich oder nicht wirtschaftlich betreibbar einzustufen ist. Zudem stellen die zum gegenwärtigen Zeitpunkt von der Bundesnetzagentur identifizierten Frequenzen kein Koordinierungsergebnis dar. Die internationale/nationale Koordinierung kann dazu führen, dass die hier angegebene Sendeleistung noch korrigiert werden muss. Beispielsweise wird im Großraum Kiel die Frequenz 98,3 MHz von NDR 2 genutzt. Dies ist eine Nachbarfrequenz der oben genannten Frequenz 98,5 MHz in Flensburg. Die theoretisch berechnete Frequenz 88,4 MHz für Sylt ist eine Nachbarfrequenz der von Radio NORA genutzten 88,5 MHz in Flensburg usw.

Zudem muss man bedenken, dass bei einem ausgeplanten Frequenzspektrum, wie es das UKW-Spektrum darstellt, jeder weitere in Betrieb genommene Sender bestehende Sender insofern beeinflusst, als die Störempfindlichkeit insgesamt ansteigt und mithin die Versorgungsgebiete (Interferenzkonturen) etwas kleiner werden. Dies bedeutet auch, dass die hier theoretisch ausgewiesenen Versorgungsgebiete in der Realität kleiner ausfallen könnten. Insgesamt stellt die Untersuchung eine rechnerische Überlegung dar und noch keine rechtsverbindlich belastbare Planung.

Legt man die heute gängigen Kosten zugrunde, die bei der Nutzung der oben ermittelten Frequenzen an den vorhandenen Standorten anfallen würden, so ergeben sich je nach Standort und Sendeleistung Senderbetriebskosten in einer Größenordnung von 21.000,- bis 33.000,- Euro p.a. [12] Diese Kosten, zu denen noch Leitungs- und Wartungskosten hinzukommen, müssen mit der technischen Reichweite, d.h. mit der Zahl der jedenfalls potentiell erreichbaren Hörer, sowie

[12] Den Kostenangaben liegt hier wie im Folgenden die Preisliste der AGBs der Media Broadcast zugrunde (Stand 1.4.2013), öffentlich zugänglich unter http://www.media-broadcast.com/fileadmin/user_upload/AGB/PL_Analoge_Hoerfunk-Sendeanlagen_MB_130401.pdf.

mit der prognostizierbaren Nettoreichweite ins Verhältnis gesetzt werden, um zu einer realistischen Einschätzung der Nutzbarkeit und ggf. Wirtschaftlichkeit zu gelangen.

3.1.1 Region Sylt

Betrachtet man die Gebiete im Einzelnen, so fällt auf, dass für die Region Sylt theoretisch zwei unterschiedliche Kapazitäten/Frequenzen zur Verfügung stehen, die jeweils an zwei unterschiedlichen Standorten genutzt werden könnten, wobei sich je nach Standort und Sendeleistung das Versorgungsgebiet dann leicht nach Süden oder Westen verschieben würde. Die Unterschiede bezüglich der technischen Reichweite zwischen der Frequenz 88,1 MHz, die unten dargestellt ist, und der Frequenz 88,4 MHz sind im Übrigen marginal.

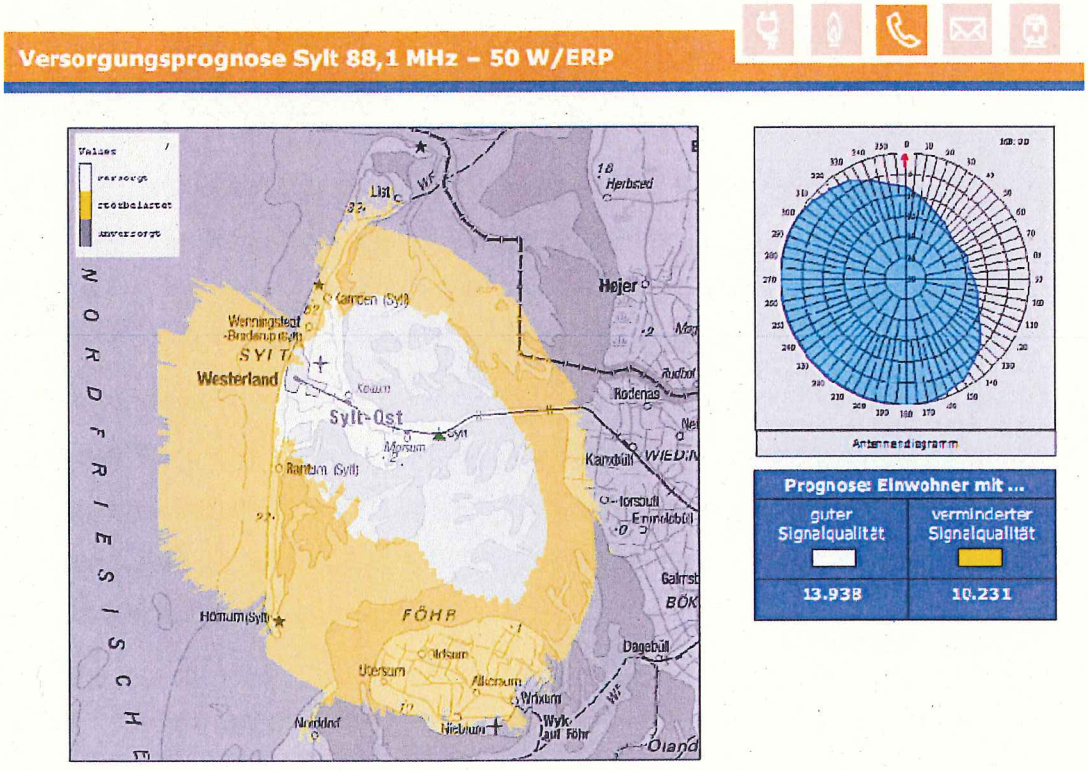


Abbildung 4: © Bundesnetzagentur

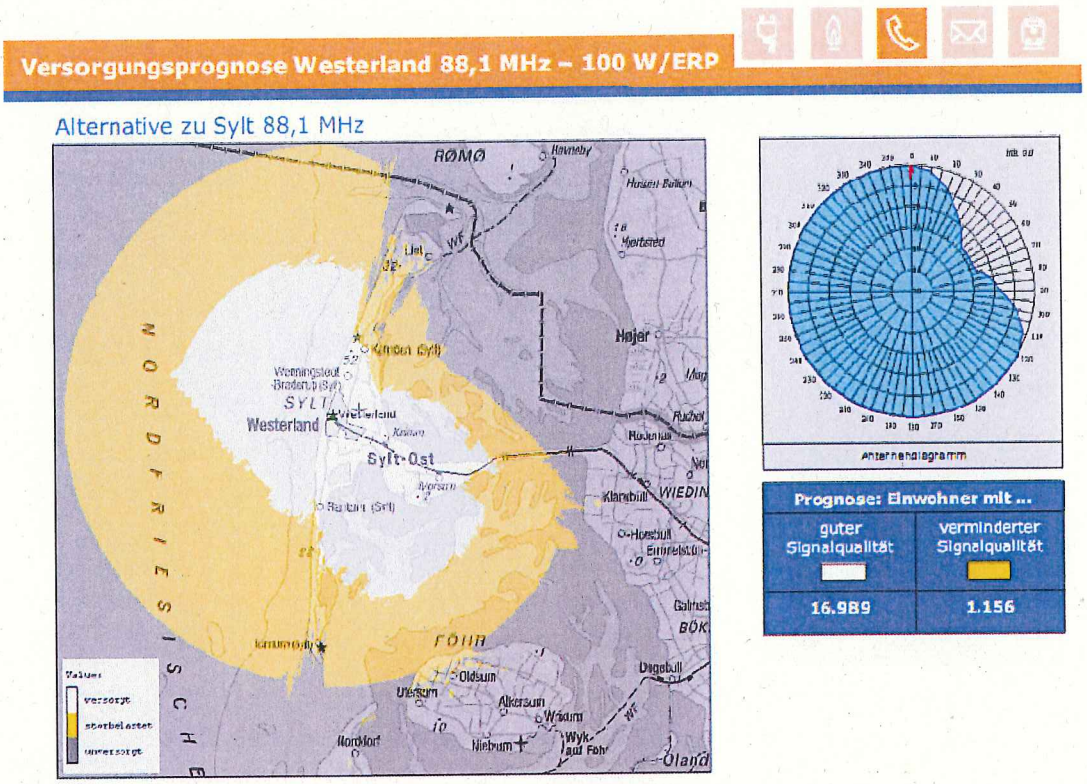


Abbildung 5: © Bundesnetzagentur

In der Praxis allerdings steht nach Aussage des Netzbetreibers, in diesem Fall des NDR, der Standort Morsum aus bautechnischen Gründen voraussichtlich nicht zur Verfügung, so dass von den zwei erwogenen Standortoptionen nur noch eine in Betracht kommt, nämlich der Standort Westerland. Das Versorgungsgebiet, das vom Standort Westerland erreicht wird, umfasst den überwiegenden Teil der Insel Sylt, aber die Nord- und die Südspitze sind nicht zur Gänze versorgt. Realistisch wird damit ein überwiegender Teil der ca. 20.000 Einwohner erreicht, ebenso die in Spitzenzeiten ca. 80.000 bis 100.000 Touristen. Dem stehen Verbreitungskosten von ca. 30.000 Euro p.a. gegenüber.

3.1.2 Region Bredstedt

Für die Region Bredstedt an der Westküste wurde die Frequenz 88,1 MHz mit einer Leistung von 100 W identifiziert. Diese Frequenz könnte jedoch nur dann genutzt werden, wenn die für Sylt und Westerland identifizierten Frequenzen nicht genutzt werden.

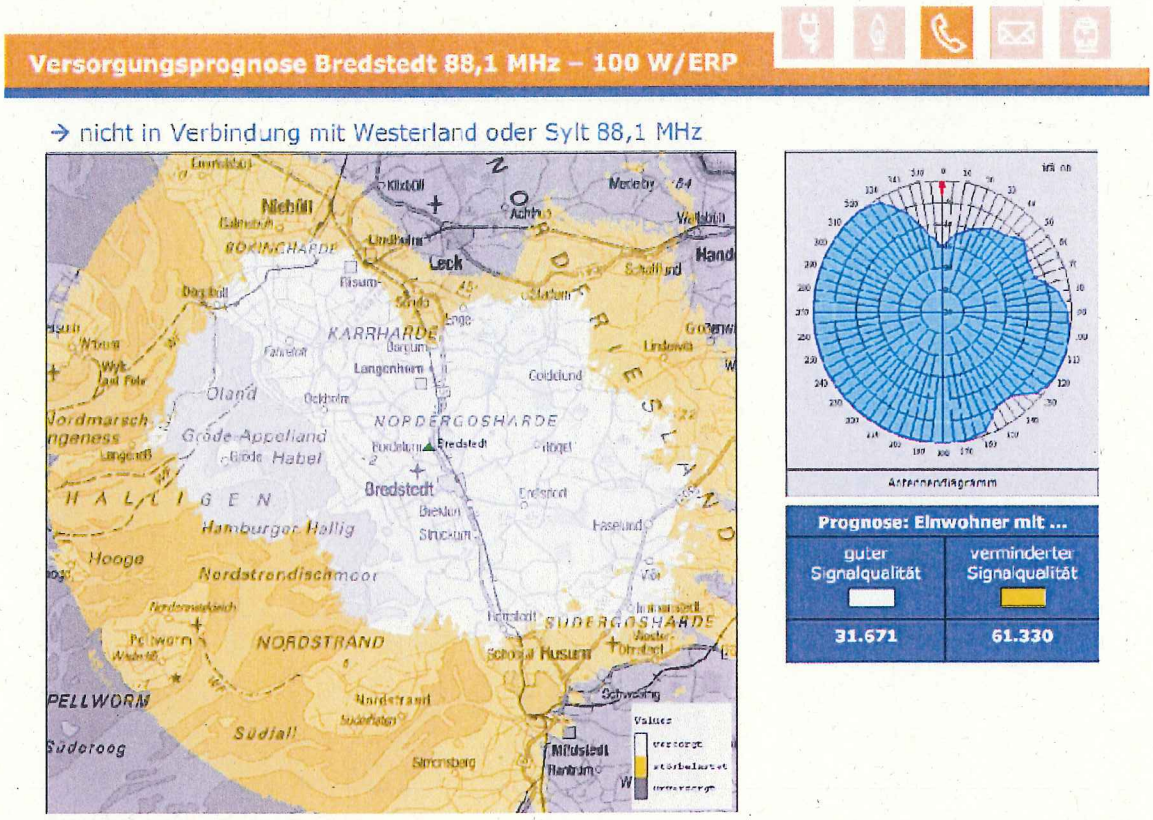


Abbildung 6: © Bundesnetzagentur

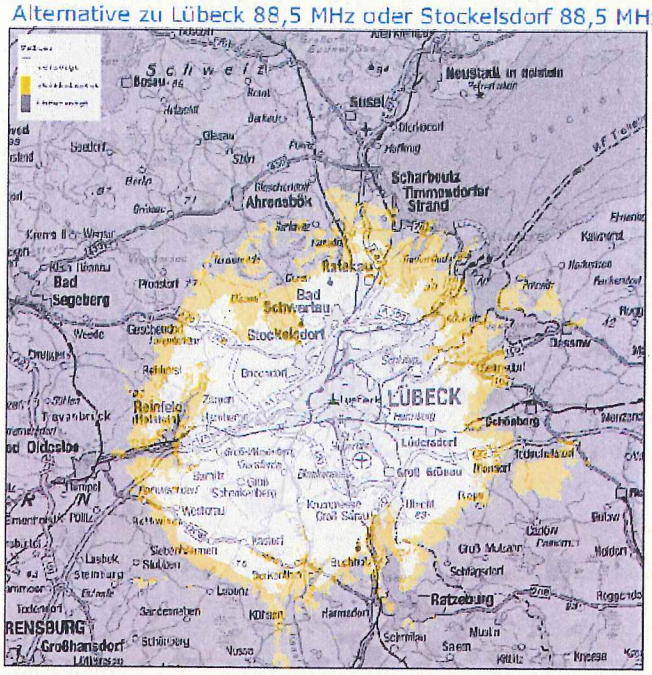
Über die Frequenz wären nach der Prognose der BNetzA rund 31.000 Hörer potentiell erreichbar.

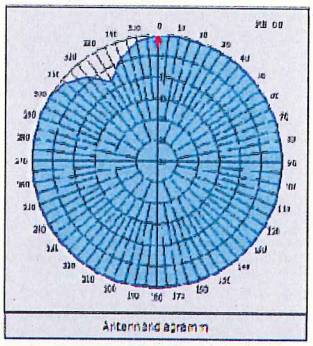
3.1.3 Region Lübeck/ Ratzeburg

Dass zumindest theoretisch eine Frequenz (88,5 MHz) an verschiedenen Standorten genutzt werden kann, gilt auch für die Region Lübeck. Auch hier verschiebt sich das Versorgungsgebiet je nach gewähltem Standort etwas nach Norden (Stockelsdorf) oder nach Süden Richtung Ratzeburg (Berkenthin). Mit der Verlagerung vom Senderstandort Lübeck auf den Standort Berkenthin ist in diesem Fall auch ein Erhöhung der Sendeleistung von 50 auf 100 Watt verbunden.

Versorgungsprognose Lübeck 88,4 MHz – 50 W/ERP

Alternative zu Lübeck 88,5 MHz oder Stockelsdorf 88,5 MHz



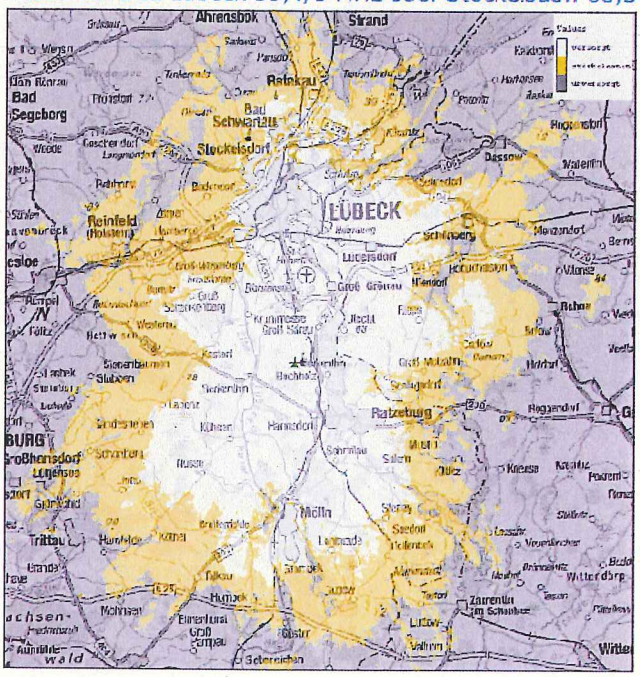


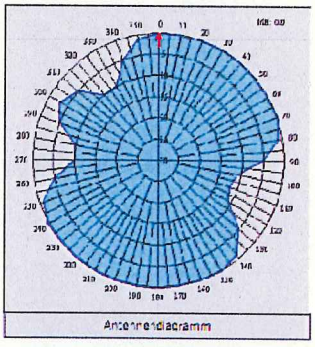
Prognose: Einwohner mit ...	
guter Signalqualität	verminderter Signalqualität
268.516	28.911

Abbildung 7: © Bundesnetzagentur

Versorgungsprognose Berkenthin 88,5 MHz – 100 W/ERP

Alternative zu Lübeck 88,4/5 MHz oder Stockelsdorf 88,5 MHz





Prognose: Einwohner mit ...	
guter Signalqualität	verminderter Signalqualität
259.911	101.713

Abbildung 8: © Bundesnetzagentur

Der Vergleich zeigt, dass der Standort Berkenthin besser geeignet ist, da neben Lübeck auch Ratzeburg und Mölln versorgt wären. Damit wäre eine Zahl von über 250.000 Hörern potentiell erreichbar, bei Verbreitungskosten von etwa 33.000 Euro p.a. und einer prognostizierbaren Nettoreichweite von ca. 7.000 Hörern.

3.1.4 Region Flensburg

Für die Region Flensburg können am definierten Standort Wassersleben zwei unterschiedliche Kapazitäten mit einer klaren Ausrichtung nach Südosten eingesetzt werden. Hier besteht die Differenz beider Kapazitäten primär in der nutzbaren Sendeleistung und der davon abhängigen Versorgungsreichweite, die in diesem Fall allerdings nur sehr geringfügig differiert.

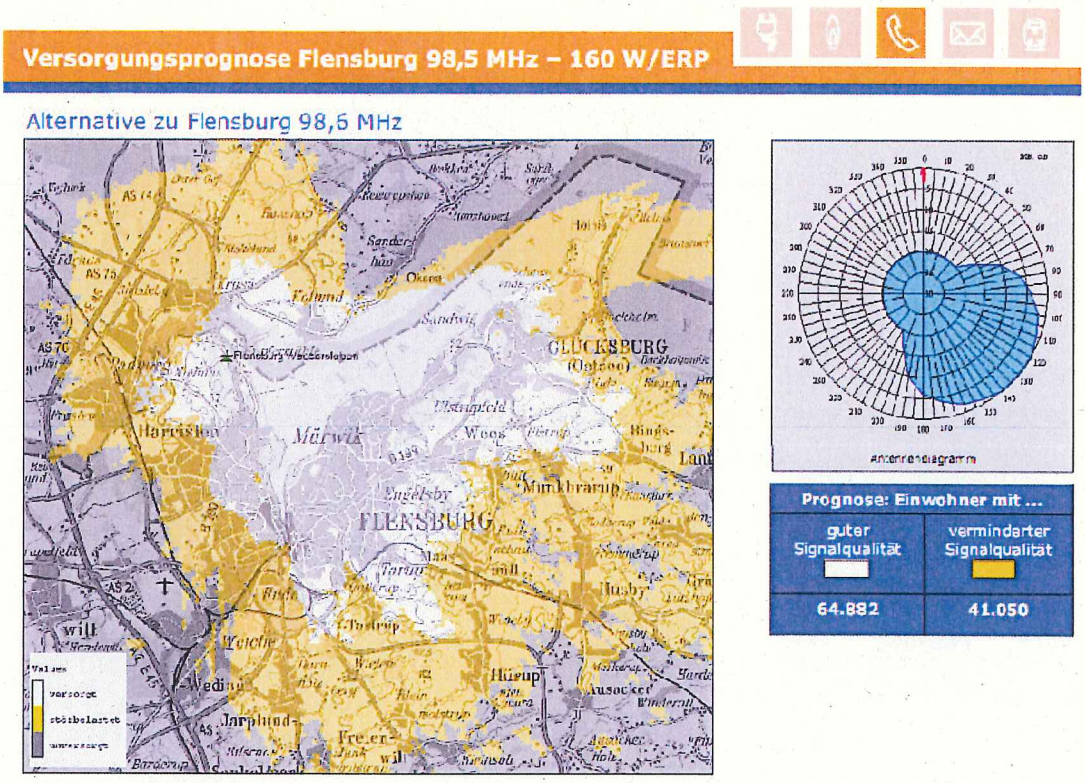


Abbildung 9: © Bundesnetzagentur

Das Gebiet, das mit den Frequenzen 98,6/98,5 MHz vom Standort Flensburg Wassersleben versorgt werden könnte, entspricht einer Hörerreichweite von ca. 100.000 Hörern bei reinen Verbreitungskosten von etwa 30.000 Euro p.a. Hier wäre kaum eine Nettoreichweite von mehr als 2.500 Hörern zu erzielen.

3.1.5 Region Kiel

Im Falle der für Kiel identifizierten Frequenz 107,0 MHz gilt es zu berücksichtigen, dass als Senderstandort der Fernsehturm und entsprechend eine Antennenhöhe von 132 m angenommen worden ist, und dass nur aufgrund dieser Antennenhöhe eine nennenswerte Versorgung der Stadt Kiel erzielt werden würde. Bei einer geringeren Antennenhöhe würde sich das Versorgungsgebiet, das mit einer Sendeleistung von 50 Watt erreicht werden könnte, erheblich verkleinern. Lässt man diese Einschränkung zunächst beiseite, so wäre trotz der geringen Sendeleistung gleichwohl eine technische Reichweite von etwa 330.000 Einwohnern zu erzielen, also eine Nettoreichweite von bis zu 10.000 Hörern. Die auf der Basis vorliegender AGBs anzunehmenden Kosten für den Sendebetrieb lägen bei ca. 26.000 Euro.

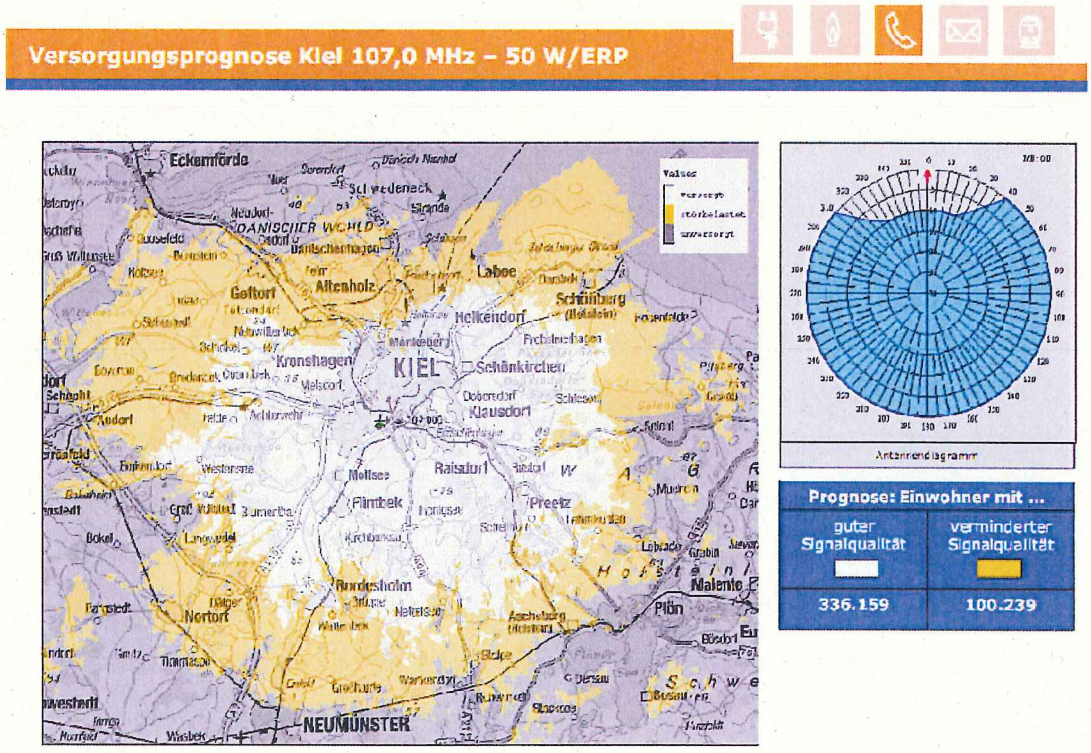


Abbildung 10: © Bundesnetzagentur

3.1.6 Region Neumünster

Auch für den Raum Neumünster ließ sich eine Kleinfrequenz identifizieren, die aufgrund einer angenommenen Antennenhöhe von 80 Metern eine technische Reichweiten von etwa 100.000 Hörern erzielen könnte. Die Senderbetriebskosten würden hier mit etwa 21.000 Euro p.a. niedriger liegen als in anderen Regionen.

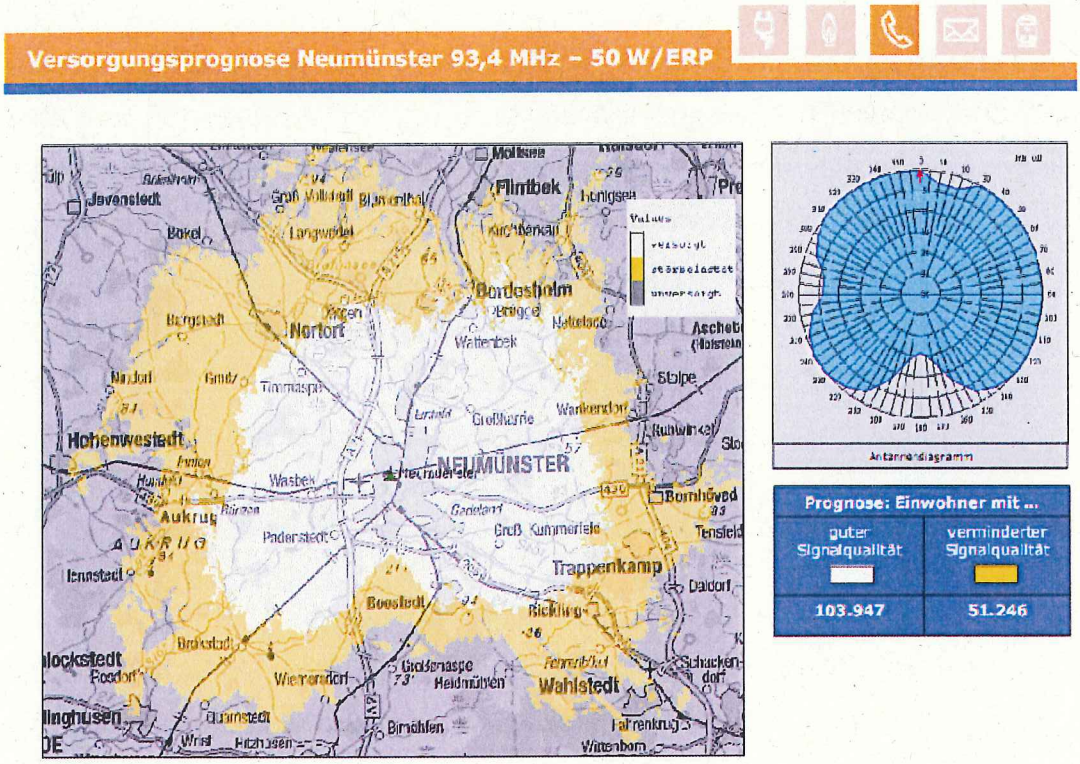


Abbildung 11:© Bundesnetzagentur

3.2 Kosten: Mitarbeiter, GEMA, GVL etc.

Neben den reinen Verbreitungskosten sind eine Reihe weiterer Kosten beim Betrieb auch eines lokalen Hörfunkprogramms zu beachten. Die Untersuchungen zur wirtschaftlichen Lage des Hörfunks zeigen, dass sich die Kosten beim lokalen Hörfunk etwa im Verhältnis von 45 Prozent Personalkosten zu 55 Prozent Sachkosten/ Verbreitungskosten aufteilen. Die Sachkosten beinhalten neben den Urheberrechtskosten (GEMA; GVL) auch Kosten für Auftragsproduktionen, Programmeinkauf, Provisionen und Mieten. Betrachtet man hier, um einen Vergleichswert zu gewinnen, exemplarisch die Sachkosten/Verbreitungskosten des nichtkommerziellen lokalen Hörfunkprogramms FSK in Hamburg, so belaufen sich Sachkosten und Verbreitungskosten zusammen auf ca. 100.000 Euro, wobei die Verbreitungskosten (Sender- und Leitungskosten) etwa 25 Prozent dieses Betrags ausmachen.

Unter kommerziellen Bedingungen müssen zu den 100.000 Euro entsprechende Personalkosten hinzugerechnet werden. Legt man das oben genannte Verhältnis sowie die Sach- und Verbreitungskosten des FSK beispielgebend zugrunde, so

ergäbe sich für kommerziellen lokalen Hörfunk bei Sachkosten/Verbreitungskosten von 100.000 Euro rein rechnerisch ein Personalkostenumfang von 60.000 bis 70.000 Euro p.a. Personalkosten in dieser Größenordnung müssen jedoch als Untergrenze der Aufwendungen für redaktionelles Personal betrachtet werden. Ohne erhebliche Auswirkungen auf die Programmqualität kann diese nicht unterschritten werden. Den Untersuchungen zur wirtschaftlichen Lage des Rundfunks zufolge belaufen sich die Kosten für festangestellte Mitarbeiter im lokalen Hörfunk pro Jahr auf 35.000 bis 40.000 Euro[13], mit der oben genannten Summe von 70.000 Euro könnten also rechnerisch zwei festangestellte Mitarbeiter beschäftigt werden.

3.3 Perspektiven für nichtkommerziellen Lokalfunk in Schleswig-Holstein

3.3.1 Offene Kanäle / NKL

Bei der Betrachtung der Perspektiven für nichtkommerziellen lokalen Hörfunk, ist zu bedenken, dass der Offene Kanal Schleswig-Holstein in drei Regionen - Kiel, Lübeck und an der Westküste - jeweils ein Hörfunkangebot verbreitet.

Allerdings beruhen der Offene Kanal und der nichtkommerzielle Hörfunk auf gänzlich unterschiedlichen Modellen und verfolgen unterschiedliche Ziele. Der über Rundfunkgebühren finanzierte Offene Kanal hat seinen Aufgabenschwerpunkt im Bereich der Bürgerpartizipation, im Bereich der Medienbildung und zum Teil auch im Bereich der rundfunkbezogenen Medienkompetenzvermittlung. Nichtkommerzieller Hörfunk hingegen bietet ein vollständig redaktionell aufbereitetes Programmangebot, das ohne die Notwendigkeit einer massenattraktiven Formatierung für eine Erweiterung der Meinungsvielfalt auf einer regional/lokalen Ebene sorgen soll.

3.3.2 Förderung durch Medienstiftung Hamburg / Schleswig-Holstein

Trotz der im Falle des nichtkommerziellen Hörfunks ehrenamtlich geleisteten redaktionellen Arbeit, bliebe auch in Schleswig-Holstein eine Förderung unausweichlich. Legt man das Fördervolumen für den nichtkommerziellen Hörfunk in Hamburg, das sich aus der Förderung der Senderbetriebskosten, der Leitungskosten sowie der Kosten für GEMA/GVL, zusammensetzt, zugrunde, so

[13] Vgl. Wirtschaftliche Lage des Rundfunks, S. 178-187.

würde sich ein Förderbedarf von ca. 35.000 bis 40.000 Euro p.a. für jedes nichtkommerzielle lokale Hörfunkangebote ergeben.[14] Die Förderung müsste in Schleswig-Holstein von der Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein übernommen werden (s. § 55 Abs. 4 Nr. 5 MStV HSH), die auch über die notwendigen finanziellen Mittel verfügt. Für das Jahr 2012 belief sich der Etat für Projektförderung und Verwaltung der Medienstiftung auf ca. 328.000 Euro bei einem Mittelbestand von ca. 1,15 Mio. Euro.

Die Entscheidungshoheit über den Träger des nichtkommerziellen Hörfunks muss dabei vollständig bei der MA HSH verbleiben. Eine Einbeziehung der Medienstiftung über die reine Förderleistung hinaus wäre mit dem Gebot der Staatsferne schwer vereinbar, da die Senats- und Staatskanzleien der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein zwei der vier Mitglieder im Entscheidungsgremium der Medienstiftung stellen. Zudem sollte die Förderung des nichtkommerziellen Hörfunks durch die Medienstiftung längerfristig angelegt und sichergestellt werden. Hier wäre eine Klarstellung im Medienstaatsvertrag anzustreben, dass die Medienstiftung an die Auswahlentscheidung der MA HSH gebunden ist.

4. Bewertung vorliegender Interessenten resp. vorliegender Businesspläne

Für die Veranstaltung von kommerziellem lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein wurden zwei Businesspläne von Interessenten vorgelegt, die bereits seit einigen Jahren als Initiatoren von Veranstaltungsfunk in den Regionen Sylt und Ratzeburg in Erscheinung getreten sind.

4.1 Region Sylt: Antenne Sylt

Betrachtet man die Businesspläne im Einzelnen, so lässt sich feststellen, dass für eine Lokalfunkregion Sylt ein durchaus detaillierter und realistischer Businessplan vorliegt. Die Berechnungen zu Umsatz und Erlöskalkulationen für Antenne Sylt sind plausibel, dagegen sind die Vorstellungen von Antenne Sylt bezüglich der technischen Reichweite problematisch. Die von der Bundesnetzagentur identifizierten Frequenzen lassen den vorliegenden Berechnungen nach eine

[14] Nochmals zum Vergleich: Das FSK wird in Hamburg mit 36.000,- Euro p.a. gefördert. 18.000 € Senderbetriebskosten, 6.000,- € Leitungskosten und 12.000 € GEMA/GVL.

Versorgung der Bahntrasse (Hindenburgdamm) ebenso wenig zu wie eine Versorgung der Stadt Niebüll.

- *In der ungekürzten Fassung folgt an dieser Stelle eine Detailbetrachtung des Businessplans von Antenne Sylt, die Betriebsinterna enthält und daher hier ausgespart ist.* -

4.2 Region Lübeck und Ratzeburg: RZ 1

Auch für die Region Lübeck und Ratzeburg liegen eine Interessensbekundung und ein erster Businessplan bezüglich der Veranstaltung einer nicht nur eventbezogenen Verbreitung eines lokalen Hörfunkprogramms vor. Der Veranstalter RZ1 verbreitet sein Programm aktuell via Internet, hat jedoch großes Interesse an einer terrestrischen Verbreitung. Da RZ1 in Ratzeburg angesiedelt ist, käme hier eine Nutzung des Standorts Lübeck/Berkenthin in Betracht (s.o.). Das Projekt von RZ1 ist nach gegenwärtigem Stand eher als Low Budget Projekt einzustufen. Die Kalkulationen sind derzeit noch lückenhaft und der Businessplan entsprechend nicht konsistent.

- *In der ungekürzten Fassung folgt an dieser Stelle eine Detailbetrachtung des Businessplans von RZ1, die Betriebsinterna enthält und daher hier ausgespart ist.* -

5. Bewertung der einzelnen Regionen

5.1 Region Sylt

Aufgrund der besonderen geografischen und wirtschaftlichen Situation ist die Region als eine der wenigen Regionen in Schleswig-Holstein möglicherweise geeignet für die Verbreitung von kommerziellem lokalem Hörfunk. Zwar liegt die technische Reichweite in dieser Region unter der Größenordnung, die üblicherweise für ein kommerzielles Hörfunkangebot als Mindestreichweite zugrunde gelegt wird, allerdings kann hier von besonderen lokalen Vermarktungsbedingungen ausgegangen werden. Zudem liegt für diese Region ein durchaus realistischer Businessplan vor.

Angesichts des sehr begrenzten Versorgungsgebiets dürften die Auswirkungen auf die regionalen Werbemärkte und die oben genannte subregionale Vermarktung landesweiter Hörfunkveranstalter entsprechend gering ausfallen. Auswirkungen würde ein lokales Hörfunkangebot in dieser Region allerdings auf die lokale Tageszeitung und vor allem auf die lokalen kostenlosen Anzeigenblätter haben.

5.2 Region Bredstedt

Da einem wirtschaftlich tragfähigen kommerziellen lokalen Hörfunkangebot in der Region Sylt durchaus Chancen einzuräumen sind, würde hierfür die dort identifizierte Frequenz benötigt werden, so dass sich bei einer Entscheidung für Sylt ein weiteres lokales Hörfunkprogramm in der Region Bredstedt aus frequenztechnischen Gründen von vornherein nicht realisieren ließe und daher nicht weiter untersucht wird.

5.3 Region Lübeck/ Ratzeburg

Für die Region Lübeck/Ratzeburg ist die Ausgangslage anders als auf Sylt. Hier lässt sich, zumindest mit dem hier zugrunde gelegten Standort durchaus eine beträchtliche technische Reichweite von gut 250.000 Hörern erzielen die knapp unter der anzustrebenden Richtzahl von 300.000 Hörern liegt. Entsprechend wäre es, auch wenn die wirtschaftlichen und geografischen Besonderheiten der Region Sylt fehlen, zumindest theoretisch denkbar, in dieser Region ein kommerzielles Angebot zu realisieren.

Der vorliegende Businessplan des Veranstalters RZ1 muss allerdings als nicht tragfähig eingestuft werden. Alternativ wäre für diese Region an ein nichtkommerzielles Angebot mit dem entsprechenden oben skizzierten Förderbedarf zu denken.

Bei einer aktiven Programmvermarktung eines kommerziellen lokalen Hörfunkangebots in der Region Lübeck/Ratzeburg müsste mit Auswirkungen auf die subregionale Hörfunkvermarktung der landesweiten Programme gerechnet werden.

Angesichts der Zuschnitte der oben dargestellten Subregionen sind die Auswirkungen jedoch als überschaubar einzustufen.

5.4 Region Flensburg

Für die Region Flensburg liegt weder eine konkrete Interessenbekundung noch ein Businessplan vor, allerdings lassen die Eckdaten zur technischen Reichweite und der prognostizierbaren Nettoreichweite auch nur den Schluss zu, dass die Refinanzierung eines kommerziellen lokalen Hörfunkangebots in dieser Region voraussichtlich nicht möglich wäre. Hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang darauf, dass das Internet-Hörfunkprogramm „Radio Flensburg“ seinen Betrieb im Februar 2013 eingestellt hat.

Eine publizistische Bereicherung des Hörfunkangebots in dieser Region durch ein lokales Angebot ist gleichwohl nicht gänzlich ausgeschlossen. Angebote wie ein „deutsch-dänisches Grenzprogramm“, das sich den kulturellen Besonderheiten dieser Region annimmt, sind durchaus denkbar, realisierbar jedoch nur in Form eines nichtkommerziellen Hörfunkangebots.

5.5 Region Neumünster

Die Einschätzung für die Region Flensburg gilt auch für die Region Neumünster. Auch hier beläuft sich die technische Reichweite auf 100.000 Einwohner. Auch hier liegen keine besonderen Marktbedingungen vor, die die Realisierung eines kommerziellen Angebots in irgendeiner Weise realistisch erscheinen lassen. Wenn diese Region überhaupt in Erwägung zu ziehen ist, dann jedenfalls nur für die Veranstaltung nichtkommerziellen lokalen Hörfunks.

5.6 Region Kiel

In der Reihe der hier bewerteten Regionen stellt Kiel einen Sonderfall dar. Im Raum Kiel wäre die Realisierung eines kommerziellen lokalen Hörfunkangebots von der Reichweite her fraglos möglich, aber nicht ratsam.

Zum einen bietet hier aber den bestehenden landesweiten privaten Veranstaltern und dem öffentlich-rechtlichen Hörfunk in Kiel auch der Offene Kanal lokale

Informationen in begrenztem Umfang an. Zum anderen ist der Werbedruck in keiner Region in Schleswig-Holstein so groß wie in Kiel, da dort ein erheblicher Teil auch der schleswig-holsteinischen Verlagslandschaft angesiedelt ist. Und schließlich fällt in der Region Kiel der lokale Verbreitungsraum mit der Vermarktungs-Subregion der landesweiten Hörfunkveranstalter mehr oder weniger zusammen. Ein Markteintritt dürfte sich für einen neuen kommerziellen lokalen Veranstalter unter den genannten Bedingungen als ausgesprochen schwierig erweisen. Umgekehrt hätte zusätzlicher kommerzieller lokaler Hörfunk in der Region deutlich Auswirkungen auf die Werbeumsätze etablierter Veranstalter.

Allerdings könnte für die Region Kiel ein lokales nichtkommerzielles Hörfunkangebot durchaus eine Bereicherung darstellen. Hier könnte man beispielsweise auch über die Etablierung eines Campus-Radios nachdenken.

6. Fazit

Die vorangehenden Überlegungen und Darstellungen haben deutlich werden lassen, dass die Realisierung privaten lokalen Hörfunks als Ergänzung eines bestehenden landesweiten privaten Hörfunkangebots differenziert betrachtet werden muss.

Eine Einführung kommerziellen lokalen Hörfunks ohne Betrachtung der Besonderheiten der in Frage kommenden Versorgungsgebiete ist nicht sinnvoll. Vielmehr muss in jeder einzelnen der in Frage kommenden und hier betrachteten Regionen genau abgewogen werden, ob überhaupt und wenn ja in welcher Form ein lokales Hörfunkangebot realisiert werden kann.

Das vorliegende Gutachten kommt zu dem Schluss, dass nur in zwei von den hier betrachteten Regionen ein kommerzielles lokales Hörfunkangebot sinnvoll und mittelfristig tragfähig sein könnte. Aus unterschiedlichen Gründen gilt dies für die Regionen Sylt und Lübeck/Ratzeburg. Für die Regionen Flensburg und Neumünster erscheint eher ein nichtkommerzielles Hörfunkangebot die richtige Option zu sein. In Kiel wird aus den oben genannten Gründen, die vor allem die Konkurrenzlage und die Möglichkeiten der Vermarktung betreffen, ebenfalls eher die Etablierung eines nichtkommerziellen lokalen Angebots gesehen.

Es wird daher empfohlen, für den Fall einer Entscheidung zugunsten der Ermöglichung lokalen Hörfunks neben dem kommerziellen privaten lokalen Hörfunk auch den nichtkommerziellen lokalen Hörfunk als Option für Schleswig-Holstein vorzusehen. Dies könnte mit einer Förderung der Infrastrukturkosten durch die Medienstiftung HH / SH verknüpft werden.

Im Ergebnis ließe sich zur Erhöhung der Angebotsvielfalt und vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Lage und Perspektiven des privaten Hörfunks folgendes Szenario denken:

- Ausschreibung von bis zu zwei Versorgungsgebieten für kommerzielle lokale Hörfunkangebote durch die MA HSH;
- Ausschreibung von mindestens drei Versorgungsgebieten für nichtkommerzielle lokale Hörfunkangebote durch die MA HSH.

Direktor

Norderstedt, 17. Juni 2013

Rechtliche Fragestellungen im Zusammenhang mit der Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein

- Anhang zur Stellungnahme „Perspektiven für lokalen Hörfunk in Schleswig-Holstein“

1. Vorbemerkung

Das aus § 17 Abs. 1 Satz 2 MStV HSH abgeleitete Lokalrundfunkverbot in Schleswig-Holstein lässt sich in der digitalen Welt schon seit Längerem nicht mehr konsequent durchsetzen.

Soweit § 17 Abs. 1 Satz 2 MStV HSH bestimmt, dass die Zulassung für das beantragte Verbreitungsgebiet erteilt wird, das in Schleswig-Holstein im Rahmen der technischen Möglichkeiten mindestens landesweit sein soll, kann dies kein absolutes Verbot von lokalem Rundfunk bewirken. Dies umso mehr, als das „Lokalfunkverbot“ bislang nicht - wie es systematisch richtig wäre - in den Regelungen zur Zuweisung verankert ist. Dort heißt es stattdessen in § 26 Abs. 8 Satz 1 MStV HSH, dass der Rundfunkveranstalter mit der Zuweisung im Rahmen der verfügbaren technischen Möglichkeiten sicherzustellen hat, dass das jeweilige Versorgungsgebiet mit dem Programm vollständig und gleichwertig versorgt wird, was die Zuweisung einzelner UKW-Frequenzen jedenfalls solange nicht ausschließt, wie das hierdurch naturgemäß eng begrenzte Versorgungsgebiet versorgt wird.

Bislang besteht jedoch trotz dieser insoweit lückenhaften Regelungen ein Konsens, dass lokalen Rundfunkprogrammen in Schleswig-Holstein keine einzelnen UKW-Frequenzen dauerhaft zugewiesen werden dürfen.

Allerdings können nach der geltenden Rechtslage Anträge, die sich auf lokale Programme, die via Internet verbreitet werden sollen, beziehen, nicht abgelehnt werden, da die weltweite Internetverbreitung zweifelsfrei auch die in §§ 17 Abs. 1 Satz 2 und 26 Abs. 8 Satz 1 MStV HSH in Bezug genommenen Versorgungsgebiete (mit-)umfasst.

Schon heute verfügen daher die Programme SYLT1 - Das Sylter Fernsehen, Syltfunk und RZ 1 über sogenannte Länderzulassungen für Hamburg und Schleswig-Holstein, die sie für die Verbreitung via Internet nutzen. Das Programm SYLT1 wird darüber hinaus im nördlichen Landesteil im digitalen Kabel verbreitet. Syltfunk und RZ 1 nutzen ihre Zulassungen zusätzlich an bis zu 30 Tagen pro Jahr als Grundlage für

Veranstaltungsrundfunk auf Sylt bzw. in Ratzeburg und Umgebung. Daneben verfügt das Programm Antenne Sylt über eine bundesweite Zulassung der MA HSH, die ebenfalls bereits als Grundlage für Veranstaltungsrundfunk genutzt wurde.

2. Erfordernis einer gesetzgeberischen Grundentscheidung für die Einführung von lokalem Rundfunk in Schleswig-Holstein

Soweit lokaler Rundfunk in Schleswig-Holstein ermöglicht werden sollte, wäre in jedem Fall eine Änderung von § 17 Abs. 1 Satz 2 MStV HSH erforderlich, sodass die Entscheidung darüber, ob lokaler Rundfunk in Schleswig-Holstein eingeführt werden soll, schon aus diesem Grund vom Schleswig-Holsteinischen Landtag getroffen und von der Hamburgischen Bürgerschaft mitgetragen werden müsste.

Grundsätzlich könnte lokaler Rundfunk in Schleswig-Holstein bereits durch die bloße Streichung landesweiten Versorgungsgebots für Schleswig-Holstein in § 17 Abs. 1 Satz 2 MStV HSH ermöglicht werden.

Soweit der Gesetzgeber keine weiteren Änderungen vornehmen würde, würde dies bedeuten, dass in Schleswig-Holstein zukünftig, wie dies in Hamburg bereits seit Jahren der Fall ist, lokale Hörfunkprogramme zugelassen und ihnen für die Verbreitung UKW-Frequenzen zugewiesen werden könnten.

Ohne Streichung weiterer gesetzgeberischer Vorgaben könnten bei § 17 Abs. 1 Satz 2 MStV HSH überdies sowohl kommerzielle als auch nicht-kommerzielle Rundfunkprogramme zugelassen und es könnten ihnen - soweit vorhanden - unbegrenzt Frequenzen zugewiesen werden. Die diesbezüglichen Entscheidungen wären dann - wie bisher schon für Hamburg - von der MA HSH bzw. hinsichtlich der Zuteilung einer konkreten Frequenz von der BNetzA zu treffen.

Auch hinsichtlich der bislang in § 28a Abs. 4 des Entwurfs vorgesehenen Privilegierung lokaler Rundfunkveranstalter mit Blick auf Wahlwerbezeiten bedürfte es keiner weiteren Änderung des MStV HSH, da nach § 13 Abs. 1 MStV HSH ohnehin nur Veranstalter von Landes- oder Ländervollprogrammen zur Verbreitung von Wahlwerbung verpflichtet sind.

3. Möglichkeit der Reglementierung lokaler Hörfunkangebote

Aus den Überlegungen der Stabsstelle Medienpolitik der Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein zu einer staatsvertraglichen Umsetzung der Einführung von lokalem Rundfunk, Stand 14. März 2013, wird deutlich, dass die Überlegungen dahin gehen, lokalen Hörfunk zwar einerseits zu ermöglichen, ihn aber andererseits von vornherein quantitativ einzugrenzen. Im Folgenden soll daher untersucht werden, inwieweit die angedachten Reglementierungen rechtlich möglich sind.

3.1 Möglichkeit der Bestimmung der Zulässigkeit kommerzieller und/oder nicht-kommerzieller lokaler Hörfunkprogramme

Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts muss der Gesetzgeber das zur Gewährleistung der Rundfunkfreiheit Wesentliche selbst bestimmen und darf die Entscheidung darüber auch nicht etwa durch nicht hinreichend bestimmte Normierungen der Exekutive überlassen. Wie der Gesetzgeber seine Aufgaben erfüllen will, ist Sache seiner eigenen Entscheidung. Das Grundgesetz schreibt ihm keine bestimmte Form der Rundfunkorganisation vor. Sofern die zur Verfügung stehenden Verbreitungsmöglichkeiten es nicht erlauben, allen auftretenden Bewerbern den Zugang zur Veranstaltung privater Rundfunksendungen zu eröffnen, müssen in die Zugangsregelungen auch Regeln über die Auswahl der Bewerber aufgenommen werden. Das gebietet bereits der Gleichbehandlungsgrundsatz. Die Frage, wem eine der knappen Möglichkeiten zur Programmveranstaltung zugutekommen soll, darf daher nicht dem Zufall oder dem freien Spiel der Kräfte anheimgegeben werden. Es genügt auch nicht, die Entscheidung dem ungebundenen Ermessen der Exekutive zu überlassen. Dies wäre mit dem Vorbehalt des Gesetzes unvereinbar. Vielmehr muss der Gesetzgeber selbst die Voraussetzungen bestimmen, unter denen der Zugang zu eröffnen oder zu versagen ist, und er muss ein rechtsstaatliches Verfahren bereitstellen, in dem hierüber zu entscheiden ist (vgl. u. a. BVerfGE 57, 295).

Obwohl - wie oben ausgeführt - nähere Bestimmungen zum lokalen Hörfunk im MStV HSH nicht zwingend enthalten sein müssen, ist es dem Gesetzgeber nach

diesen Ausführungen jedenfalls nicht verwehrt, im MStV selbst Rahmenbedingungen für lokalen Hörfunk vorzusehen und auf diese Weise die Möglichkeiten der Verbreitung lokaler Rundfunkprogramme näher zu reglementieren und gegebenenfalls einzuschränken.

Dabei steht es dem Gesetzgeber grundsätzlich auch frei, darüber zu entscheiden, ob kommerzielle oder nichtkommerzielle Programme bzw. gegebenenfalls in welchem Verhältnis, zulässig sein sollen. Vorliegend ist allerdings zu berücksichtigen, dass eine solche gesetzgeberische Vorgabe in Hamburg bislang nicht getroffen, sondern die Entscheidung darüber, ob Frequenzen für kommerzielle oder nichtkommerzielle lokale Hörfunkprogramme ausgeschrieben und zugewiesen werden sollen, der Medienanstalt überlassen wurde. Insoweit wäre es gut vertretbar, dies auch in Schleswig-Holstein zukünftig so zu halten.

Für eine ausdrückliche Regelung, ob sowohl kommerzielle als auch nicht-kommerzielle lokale Hörfunkprogramme zulässig sein sollen, spricht jedoch, dass dies in einem vielleicht nicht wesentlichen, ohne Frage aber bedeutenden Punkt von vornherein zur Rechtsklarheit beitragen würde. Eine diesbezügliche Regelung wäre etwa in der Weise vorstellbar, dass der Gesetzgeber in § 26 Abs. 3 MStV HSH die MA HSH ermächtigt, in den durchzuführenden Ausschreibungen festzulegen, ob die Frequenzen für kommerzielle oder nichtkommerzielle lokale Hörfunkprogramme zur Verfügung stehen sollen.

Dafür, die konkrete Frage, auf welchem lokalen Markt kommerzielle und auf welchem nichtkommerzielle lokale Hörfunkangebote zugelassen und ihnen hierfür UKW-Frequenzen zugewiesen werden sollen, einer Einzelfallentscheidung der MA HSH zu überlassen, spricht insbesondere, dass diese dann jeweils konkret abwägen könnte, ob das neue Programm einerseits erfolgreich sein kann und es andererseits am besten mit der bestehenden Hörfunklandschaft zu vereinbaren ist. Da die Werbemärkte starken Schwankungen unterliegen, wäre andererseits eine Vorfestlegung, in welchen Gebieten kommerzielle und in welchen Gebieten nicht-kommerzielle Hörfunkprogramme zulässig sein sollen, durch eine abstrakt generelle Entscheidung des Gesetzgebers, die über mehrere Jahre Gültigkeit beanspruchen

würde, gegebenenfalls schwer zu treffen. Auch dem dafür erforderlichen Begründungsbedarf dürfte in einem Staatsvertrag nur schwer zu entsprechen sein.

Der Gleichbehandlungsgrundsatz aus Art. 3 GG dürfte der Differenzierung nach Gebieten, in denen kommerzieller Hörfunk und Gebieten, in denen nichtkommerzieller Hörfunk veranstaltet werden kann, jedenfalls bei einer Einzelfallentscheidung durch die MA HSH nicht entgegenstehen. Insoweit ist zu beachten, dass in dem in der Ausschreibung seitens der MA HSH festgelegten Gebiet, auf das insoweit abzustellen wäre, alle Bewerber die gleichen Chancen hätten, da sie sich entsprechend der Ausschreibung entweder nur für ein kommerzielles oder nur für ein nichtkommerzielles Programm bewerben könnten. Obwohl ein Vergleich mit anderen Gebieten eigentlich nicht angestellt würden müsste, verstößt auch der Umstand, dass unter Umständen in einem lokalen Bereich nur Bewerbungen für kommerzielle und in einem anderen nur Bewerbungen für nichtkommerzielle Angebote möglich wären, nicht gegen Art. 3 GG. Insoweit ist zu beachten, dass ausweislich der vorliegenden Expertise nicht jeder Bereich in Schleswig-Holstein in gleichem Maße für kommerziellen Hörfunk geeignet ist, in bestimmten Bereichen aber dennoch durchaus Raum für nichtkommerziellen lokalen Hörfunk bestünde und somit gute Gründe - auch mit Blick auf die bestehende Hörfunklandschaft - dafür streiten, unterschiedliche Bereiche unterschiedlich zu behandeln.

Mit Blick auf deren Rundfunkfreiheit, aber auch mit Blick auf die Meinungsvielfalt erscheint es rechtlich problematisch, etablierte Veranstalter - wie in dem Entwurf vorgesehen - von vornherein von einer neuen Programmform in Schleswig-Holstein gänzlich auszuschließen. Insbesondere das hierfür vorgebrachte Argument, dass anderenfalls neue Anbieter Nachteile bei der Frequenzzuweisung haben könnten, überzeugt nicht. Hieran ändert auch der Blick auf die Rundfunkfreiheit etwaiger neuer Anbieter nichts, da diese in einem Bewerbungsverfahren grundsätzlich die gleichen Chancen haben, mit ihrem Programmkonzept zu überzeugen. So darf zum Beispiel nach § 6 Abs. 1 Nr. 3 des Niedersächsischen Mediengesetzes der Veranstalter eines landesweiten Vollprogramms oder eines Informationsspartenprogramms zusätzlich ein lokales oder regionales Vollprogramm oder Informationsspartenprogramm veranstalten.

Etwas anderes gilt für nichtkommerzielle lokale Hörfunkangebote, die für kommerzielle Anbieter von vornherein nicht in Betracht kommen. Im Übrigen wären kommerzielle Anbieter auch nach § 55 Abs. 4 Satz 2 MStV nicht förderungsfähig.

3.2 Möglichkeit der zahlenmäßigen Begrenzung von lokalen Hörfunkprogrammen

Auch die im Entwurf angelegte zahlenmäßige Begrenzung lokaler Hörfunkangebote erscheint angesichts des eng begrenzten Werbemarkts in Schleswig-Holstein und zur Gewährleistung der Ausgewogenheit der gesamten Hörfunklandschaft sinnvoll und kann mit Blick auf dessen breiten Ausgestaltungsspielraum ebenfalls vom Gesetzgeber geregelt werden.

Bedenken bestehen jedoch gegen die vorgesehene Zuordnung einzelner Frequenzen an die MA HSH, da sie nach der Neufassung des TKG nicht mehr Adressat einer Zuordnung konkreter Frequenzen sein kann.

Durch die Reform des TKG hat sich auch das Verfahren für die Zuteilung der Frequenzen durch die BNetzA nach § 57 TKG geändert. Danach vergibt die BNetzA die Frequenzen unmittelbar an den Sendernetzbetreiber. Nach § 57 Abs. 1 Satz 2 TKG teilt die zuständige Landesbehörde der BNetzA lediglich den Versorgungsbedarf für Rundfunk im Zuständigkeitsbereich der Länder mit. Unter Versorgungsbedarf ist dabei die verbindliche Angabe zu verstehen, dass innerhalb eines in geografischen oder politischen Grenzen definierten Gebietes (Versorgungsgebiet) die Bevölkerung mit Rundfunk im Zuständigkeitsbereich der Länder oder sonstigen Telemedien in einer definierten Qualität (Versorgungszielstellung) versorgt werden soll, d.h., dass der Empfang von Rundfunk im Zuständigkeitsbereich der Länder oder sonstigen Telemedien angeboten werden soll.

Im folgenden Verfahren prüft die BNetzA nach § 57 Abs. 1 Satz 3 TKG die Realisierbarkeit des Bedarfs und sichert die zu seiner Realisierbarkeit benötigten

Frequenzressourcen im Hinblick auf das weitere Verfahren. Diese Verfügbarkeit wird den zuständigen Landesbehörden durch die BNetzA verbindlich mitgeteilt.

Hieran schließt sich die medienrechtliche Zuweisung von Übertragungskapazitäten durch die zuständige Medienanstalt an. Gemäß § 57 Abs. 1 Satz 7 TKG kann ein Inhalteanbieter einen Vertrag mit einem Sendernetzbetreiber seiner Wahl abschließen, nachdem die zuständige Landesbehörde die inhaltliche Belegung einer Frequenznutzung zur Übertragung von Rundfunk im Zuständigkeitsbereich der Länder einem Inhalteanbieter zur alleinigen Nutzung zugewiesen hat. Hierbei wird jedoch ausschließlich die Übertragungskapazität zugewiesen, nicht eine konkrete Frequenz.

Die konkrete Frequenz wird nach § 57 Abs. 1 Satz 8 TKG durch die BNetzA auf Antrag des Sendernetzbetreibers dem Sendernetzbetreiber zugeteilt. Vor Zuteilung der Frequenz wird das Benehmen mit der zuständigen Landesbehörde hergestellt.

Die Zuteilung einer konkreten Frequenz erfolgt somit nach § 57 Abs. 1 TKG ausschließlich durch die BNetzA an den Sendernetzbetreiber. Ein Verfahren, in dem die konkrete Frequenz zunächst der zuständigen Landesbehörde zugeteilt wird, die diese an einen Inhalteanbieter vergibt, ist im TKG nicht mehr vorgesehen.

Aufgrund des geänderten TKG-Verfahrens lässt sich die durch die Zuordnung einzelner Frequenzen beabsichtigte zahlenmäßige Begrenzung lokaler Hörfunkangebote daher auf diesem Weg nicht erreichen.

Zu denken wäre stattdessen zunächst daran, ob im MStV HSH von vornherein eine zahlenmäßige Begrenzung vorgesehen werden könnte. So bestimmt beispielsweise das Landesmediengesetz Baden-Württemberg in § 18 Abs. 2 Nr. 4, dass die Verbreitungsgebiete für drahtlosen privaten Hörfunk in analoger Technik so zu planen sind, dass 12 bis 18 Verbreitungsgebiete für lokalen Hörfunk entstehen.

Eine andere vorstellbare Variante wäre es, im MStV HSH selbst Verbreitungsgebiete zu definieren, in denen lokaler Hörfunk stattfinden soll, weil dort konkrete Defizite

bei der Lokalberichterstattung festzustellen sind oder ein besonderer Bedarf an Förderung der Minderheitensprachen besteht.

Möglich wäre auch die Aufnahme einer neuen Bestimmung in den MStV, in der die für die Bedarfsanmeldung nach § 57 TKG zuständige Landesbehörde für Schleswig-Holstein definiert wird. Eine entsprechende ausdrückliche Zuständigkeitsbestimmung fehlt derzeit noch. Bislang werden Bedarfsanmeldungen durch die Staatskanzlei durchgeführt. Die Zuständigkeit könnte hier ausdrücklich auf diese oder aber auf die MA HSH übertragen werden. Letzteres hätte den Vorteil, dass sowohl die Inhalteanbieter als auch die Bundesnetzagentur von vornherein nur einen Ansprechpartner auf Landesebene hätten.

Unabhängig von der Frage, wem die Zuständigkeit übertragen werden soll, ließen sich in einer entsprechenden Norm zugleich Kriterien für die Bedarfsanmeldung definieren, die sich an denen in § 22 Abs. 2 MStV HSH für die Zuordnung orientieren und hinsichtlich der lokalen Hörfunkprogramme um weitere Kriterien ergänzt werden könnten.

Eine verhältnismäßig einfach umzusetzende Lösung könnte auch darin bestehen, die Festlegung der lokalen Versorgungsgebiete gänzlich in die Zuständigkeit der MA HSH zu überführen. So regelt etwa § 3 Abs. 1 Satz 2 des sächsischen Privatrundfunkgesetzes, dass die SLM die Sendegebiete unter Berücksichtigung der verfügbaren technischen Übertragungskapazitäten und der zuvor festgestellten wirtschaftlichen Tragfähigkeit für die Veranstaltung von Vollprogrammen nach programmlichen Gesichtspunkten festlegt. Auch in Nordrhein-Westfalen ist die Festlegung des Versorgungsgebiets der LfM übertragen, die es nach § 54 Abs. 1 LMG durch Satzung festlegt.

4. Weitere einzelne Normen des Entwurfs

Hinzuweisen ist auf Folgendes: Wenn die Verbreitung von Beiträgen in Minderheitensprachen und die Versorgung mit Informationen für Touristen und aus den lokalen Gebieten ausweislich der Begründung den Hauptgrund für die Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein darstellen soll, müssen

derartige Programme diese Inhalte enthalten. Dieses Ziel wird jedoch mit der Formulierung als „Soll"-Vorschrift, wie sie in § 28a Abs. 1 des Entwurfs vorgesehen ist, nicht erreicht. Die Versorgung von Urlaubern mit Informationen steht überdies in einem gewissen Widerspruch zu § 28a Abs. 1 Satz 1 des Entwurfs, wonach die (offensichtlich einheimische) Bevölkerung mit lokalen Informationen versorgt werden soll, um so die Ausnahme von § 17 Abs. 1 Satz 2 zu rechtfertigen. Deren Informationsbedürfnis dürfte sich jedoch grundsätzlich von dem der Touristen unterscheiden.

§ 28 Abs. 3 des Entwurfs, der in seiner derzeitigen Fassung einen Sitz im Geltungsbereich dieses Staatsvertrages erfordert, begegnet Bedenken, da hierin ein Verstoß gegen die Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit innerhalb der EU liegen könnte. Dass es sich dabei auch um einen Zweitsitz handeln kann, ergibt sich erst aus der Begründung. Aber auch die Möglichkeit, auf einen Zweitwohnsitz abzuheben, könnte einen Verstoß gegen die vorgenannten Freiheiten darstellen. Letztlich kommt es mit Blick auf das mit der Regelung verfolgte Ziel der Sicherstellung der Authentizität des lokalen terrestrischen Hörfunks auch nicht darauf an, wo der Veranstalter seinen Sitz hat, sondern darauf, dass er die Berichterstattung vor Ort sicherstellt. Dazu reicht grundsätzlich das Vorhalten von redaktionellem Personal vor Ort. Im Übrigen bleibt angesichts der aktuell vorgesehenen Formulierung offen, warum auch ein Anbieter mit Sitz in Hamburg die Gewähr für lokale Berichterstattung bieten soll, ein Anbieter aus einem anderen Bundesland jedoch nicht.

§ 28a Abs. 4 Satz 1 des Entwurfs, der lokale Hörfunkveranstalter gegenüber landesweiten Veranstaltern privilegieren soll, ist entbehrlich, da nach § 13 ohnehin nur Landes- oder Ländervollprogramme verpflichtet sind, Sendezeit für Wahlwerbung zur Verfügung zu stellen.

Die vorgesehene Regelung in Ziffer II. 1. ist in sich unlogisch. Einerseits muss der Veranstalter eines landesweiten Programms seinen Sitz im Versorgungsgebiet des Rundfunkprogramms haben, also jeweils in Hamburg oder Schleswig-Holstein, andererseits soll der Veranstalter eines Programms, das in Schleswig-Holstein

räumlich deutlich enger begrenzt ist, seinen Sitz sogar außerhalb Schleswig-Holsteins haben können.

Wenn lokaler Hörfunk in Schleswig-Holstein tatsächlich die eng begrenzte Ausnahme bleiben soll, reicht die in Ziffer II 3. a des Entwurfs vorgesehene Regelung, dass die bestehenden landesweiten UKW-Ketten auch künftig als solche ausgeschrieben werden sollen, so nicht aus. Das Ausschreibungsgebot für die Ketten müsste vielmehr als Muss-Vorschrift ausgestaltet werden.

Sollte der Gesetzgeber sich für die Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein entscheiden, sollte dieser unter systematischen Aspekten nicht in einem Einzelparagraphen geregelt, sondern die einzelnen Regelungsinhalte systematisch richtig bei den jeweiligen Vorschriften erfolgen. So sollte beispielsweise die Definition lokaler Hörfunkangebote bereits in die Begriffsbestimmungen in § 2 MStV HSH aufgenommen werden, die konkrete Zuweisungen betreffenden Bestimmungen in § 26 MStV HSH und die Befreiung von der Rundfunkabgabepflicht in § 48 Abs. 3 MStV HSH verortet werden.

5. Fazit

- Bei der Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein hat der Gesetzgeber breite Gestaltungsspielräume.
- Gesetzestechnisch wäre in einem ersten Schritt die bisherige Einschränkung bei Zulassungen zu streichen.
- Die dadurch mögliche Zulassung lokaler Hörfunkprogramme könnte dann in einem weiteren Schritt mit Blick auf die Zuweisungsbestimmungen für den UKW-Bereich effektiv begrenzt werden.
- Der Gesetzgeber könnte selbst Einschränkungen für den lokalen Hörfunk normieren, insbesondere Zahl und Zuschnitt der Verbreitungsgebiete und die Zulassung von kommerziellem oder nichtkommerziellem Rundfunk. Diese Entscheidungen könnte er auch ganz oder teilweise mit einer entsprechenden gesetzlichen Ermächtigung der MA HSH übertragen.