

München, den 22. Januar 2018

Presseerklärung 1/2018

VBRA kritisiert kostspielige Gewinnspiel- und Marketingaktivitäten der Massenwellen des Bayerischen Rundfunks

Im Dezember 2017 hat BR-Intendant Ulrich Wilhelm den Verzicht des BR auf die Verbreitung von BR-Puls über UKW erklärt. Grund war u.a., ein gutes Verhältnis zu den privaten Hörfunkanbietern und Verlagen in Bayern zu erhalten. Die VBRA begrüßt diese Entscheidung und hat dem Intendanten für diese, in der Sache richtigen Entscheidung Respekt gezollt - an sich ein guter Start ins neue Jahr.

Aktuell läuft nun wieder die Abfrage der Radionutzung in ganz Deutschland durch die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma). Mit Jahresbeginn quellen die Massenprogramme des Bayerischen Rundfunks, Bayern 1 und Bayern 3, über von kommerziellen Gewinnspielen. Ziel dieser Programmaktionen ist es, dem privaten Hörfunk möglichst viele Hörer abzujagen. Mit der Akquisition von kommerziellen Partnern für solche Gewinnspiele tun sich Bayern 1 und Bayern 3 wirtschaftlich äußerst leicht, denn die Massenwellen des BR benötigen Werbepartner eben nicht zu ihrer Programmfinanzierung. Diese ist dank der Gebührenfinanzierung durch die Bürger in Form einer Haushaltsabgabe vorab längst sichergestellt –im Unterschied zu den privaten Radios! Mit diesem einseitigen Wettbewerbsvorteil im Rücken ist es also kein Wunder, wenn richtig große Geldsummen und Traumreisen dafür eingesetzt werden, damit Bayern 1 und Bayern 3 möglichst viele Hörer in der Umfragezeit an sich ziehen können.

VBRA
Vereinigung Bayerischer
Rundfunkanbieter e. V.
Friedrichstraße 22/II
80801 München
Telefon: 0 89 / 45 55 58 - 0
Fax: 0 89 / 4 55 55 - 21
E-Mail: info@vbra-online.de
Internet: www.vbra-online.de
Vorsitzende:
Thomas Eckl (DONAU TV)
Felix Kovac (rt1.media group)
Geschäftsführer:
RA Dr. Markus B. Rick
RA Harald Schyrbock
Bankverbindung:
HypoVereinsbank
IBAN DE98 7002 0270 0000 0829 61
BIC
HYVEDEMMXXX
Steuernummer:
143/236/81210

Anbieter: Aktuelle Welle Weiden-Amberg-Tirschenreuth Rundfunkprogrammanbietergesellschaft mbH | Aktuelle Welle Westliches Niederbayern Programm und Werbe GmbH | Bayern Tele GmbH | Burda Broadcast Media GmbH & Co. KG | Dr. Fischer & Druck- und Verlags-Gesellschaft Ellwanger KG GbR | Imcom Immobilien und Medien GmbH & Co. KG | MBT GmbH & Co. – Programm- und Werbegesellschaft KG | MBT GmbH & Co. – Radio 2000 KG | Mediengruppe Oberfranken GmbH & Co. KG | Medienpool GmbH | Münchener Zeitungsverlag GmbH & Co. KG | Radio AWN Landshut GmbH & Co Hörfunk KG | rt1.media group GmbH | rta.media GmbH | STUDIO GONG GmbH & Co. Studiobetriebs KG | Verband Bayerischer Zeitungsverleger e.V. | Verlag Nürnberger Presse Druckhaus Nürnberg GmbH & Co. KG | Welle Plassenburg Rundfunk-Programmgesellschaft mbH | Welle Veste Coburg Rundfunk-Programmanbieter GmbH | WWZ Beteiligungsgesellschaft **Hörfunk:** Anbietergemeinschaft Radio ND1 GbR | Amperwelle GmbH (106.4 Top FM) | Antenne Bayern GmbH & Co. KG | DONAU 3 FM M.O.R.E Lokalfunk Baden-Württemberg GmbH & Co. KG | HITRADIO RT1 Augsburg GmbH | HITRADIO RT1 Nordschwaben OHG | HITRADIO RT1 Südschwaben GmbH | Radio Donauspitz Programmanbieter GmbH & Co. Hörfunk KG (Gong fm) | Radio Fantasy GmbH | Radio Gong 2000 Programmanbieter GmbH & Co. Hörfunk für München KG (Gong 96.3) | Radio Next Generation GmbH & Co. KG (egoFM) | Rock Antenne GmbH & Co. KG | ROCK ANTENNE Lokalradio GmbH & Co KG | DAS NEUE RSA RADIO GmbH & Co. KG | STUDIO GONG GmbH & Co. Studiobetriebs KG | Studio Gong GmbH AV Produktionsgesellschaft & Co. Betriebs KG (Radio Gong 106.9) **Fernsehen:** Allgäu TV GmbH & Co. KG | a.tv GmbH & Co. KG | Donau TV Regionalfernsehen GmbH & Co. Programmanbieter KG | ISAR TV Regionalfernsehen GmbH | München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG | Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG (SAT.1 Bayern) | Regio TV Schwaben GmbH & Co.

Im Programm von Bayern 1 verspricht der BR aktuell seinen Hörern einen „100% Rabatt“ auf die Reisen des Unternehmens „Neckermann“ z.B. zu den Malediven, Mauritius, Kuba usw. – und hebt damit einen kommerziellen Reiseveranstalter in breiter Form ins gebührenfinanzierte Programm. Auf Bayern 3 lockt ein „Promi-Quiz“ als Gewinnspiel mit hohen Bargeldpreisen, die dem BR von einem großen Möbelhändler zur Verfügung gestellt werden. Aus Sicht der VBRA sind derartige Aktivitäten einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt aufgrund ihrer Finanzierung durch Gebührengelder aller Bürger wettbewerbsverzerrend und somit vollständig fehl am Platz.

„Seit Jahren sehen wir, dass sich Bayern 1 und Bayern 3 den privaten Angeboten im Freistaat inhaltlich immer weiter annähern, so dass kaum mehr Unterschiede zwischen den Programmen der Privaten und den Popwellen des BR feststellbar sind. Programm- und Marketingkonzepte werden schonungslos übernommen – und meist noch größer und mit üppigeren Gewinnchancen ausgestattet als sich das private Veranstalter leisten können. Wir sehen darin einen gebührenfinanzierten Verdrängungswettbewerb, der durch den öffentlich-rechtlichen Auftrag nicht gedeckt ist“, kritisiert der stellvertretende Fachgruppensprecher Hörfunk der VBRA, **Philipp von Martius**, die derzeitigen Aktivitäten des BR-Hörfunks.

Die VBRA schätzt die Kosten für Gewinnspiele und Marketingaktivitäten der BR-Hörfunksender auf eine deutlich siebenstelligen Summe pro Jahr. „Gerade vor dem Hintergrund der kontrovers geführten Diskussion um die mögliche Erhöhung der Haushaltsabgabe fehlt den privaten Radioanbietern jegliches Verständnis für die verschwenderischen Bemühungen des BR, den privaten Anbietern Hörer aggressiv abzuwerben“, ergänzt **Felix Kovac**, Vorstandsvorsitzender des VBRA. „Wir fordern daher die Hausleitung und die Gremien des BR auf, derartige Fehlentwicklungen kurzfristig zu prüfen und entsprechend für die Zukunft zu beenden“, erklärt Felix Kovac und weist in diesem Zusammenhang auch auf eine weitere, höchst fragwürdige Marketingmaßnahme von Bayern 3 hin:

Unverständnis rufen Ausgaben des Bayerischen Rundfunks im Bereich des Profifußballs hervor

So tritt der Sender Bayern 3 bereits seit mehreren Jahren als „exklusiver“ Medienpartner des Bundesligisten FC Bayern München auf. „Wie kann es sein, dass Jahr für Jahr Gebührengelder in vermutlich mindestens sechsstelliger Größenordnung bei

einem sehr erfolgreichen Profiklub ausgegeben werden?“, fragt Felix Kovac nach. Fraglich ist das auch im Hinblick auf die in den BR-Programmrichtlinien selbst gesetzte Verpflichtung, „frei von wirtschaftlichen Interessen“ zu agieren. „Angesichts der kontrovers geführten Diskussion über die Haushaltsabgabe und ähnlicher Vorgehensweisen bei NDR, SWR, MDR, HR und RB fordern wir, dass auch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarf (KEF) Ausgaben für Gewinnspiele und Werbemaßnahmen/Sponsorings in die Prüfung einbezieht“, schließen Felix Kovac und Philipp von Martius die Kritik der VBRA ab.
