



RUNDFUNKGEBÜHREN

Zahl-Tag

Die Haushaltsabgabe wurde vor zwei Jahren beschlossen. Bei der GEZ durfte dafür kräftig Personal aufgestockt werden. Es gab Info-Veranstaltungen, Werbefeldzüge wurden gestartet. Dennoch herrscht nun Chaos. Eine Ursachensuche.

Wenn Martin Stadelmaier über den neuen Rundfunkbeitrag spricht, ist das wie eine Wortmeldung aus einer anderen Welt. Plötzlich scheint der ganze Krakeel und das Getöse verstummt; schon die Vorstellung, dass irgendjemand unzufrieden oder auch nur überfordert sein könnte, wirkt abwegig. Er sehe im Moment überhaupt keine Berechtigung für Kritik, Fehler könne er keine erkennen. Und auch das Ziel, eine größere gesellschaftliche Akzeptanz des Systems zu erreichen, sei mit der Reform eingelöst worden.

Stadelmaier ist einer der Väter der neuen Form, ARD und ZDF zu finanzieren. Er war bis zum Rücktritt von Kurt Beck vor zwei Wochen Chef der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei und de facto einer der wichtigsten medienpolitischen Akteure der Republik. Nun ist der 54-Jährige im einstweiligen Ruhestand und gönnt es sich, die Aufregung um sein Werk vollständig zu ignorieren.

Außerhalb von Stadelmaiers Welt wirkt das Projekt gerade wie eine Akzeptanzvernichtungsmaschine für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Täglich produziert die Gebühr, die jetzt Beitrag heißt, Negativschlagzeilen: über arme Altenheimbewohner, denen zu viel Geld abgebucht wurde; über Unternehmen, deren

Rundfunkkosten sich vervielfachen; über Kommunen, die nicht wissen, ob für ihre Friedhofsbagger Gebühren fällig werden, und die deshalb ihre Zahlungen angeblich erst einmal einfrieren.

Dabei hatte die zum 1. Januar vollzogene Umstellung einen jahrelangen Vorlauf und war durchaus üppig abgefedert: Das Personal der GEZ wurde eigens um 250 Leute aufgestockt, eine spezielle „Begleitkommunikations“-Abteilung eingerichtet und eine Werbekampagne gestartet. Ihr Motto: „Einfach. Für alle“.

Das war wohl nichts, womit sich die Frage stellt: Warum gelingt es ausgerechnet den Kommunikationsprofis von ARD und ZDF nicht, für die neue, angeblich gerechtere Gebühr überzeugend zu werben?

Wer darauf eine Antwort sucht, sollte mit Hermann Eicher sprechen. Der Mann ist Justitiar des SWR und hat einen Nebenjob, um den ihn auch intern gerade wenige beneiden. Er ist der Gebührenbeauftragte der ARD. Neben Stadelmaier ist er einer der Köpfe hinter der Reform – und anders als der Mann aus der Politik gibt er sich durchaus selbstkritisch, jedenfalls in Maßen. „Wir haben nicht damit gerechnet, dass Firmen und Kommunen sich in so großer Zahl erst zum Stichtag mit dem Rundfunkbeitrag beschäftigen“, sagt Eicher, federführend in der ARD für

den Obolus zuständig. Das Jahr 2012 war als „Umstellungsjahr“ geplant, doch offensichtlich haben viele von denen, die angeschrieben wurden, den Vorgang erst mal zur Seite gelegt. Allein er selbst habe hundert Info-Veranstaltungen bestritten. Nur das Interesse war überschaubar, kaum jemand kam.

Erst jetzt, wo die Kommunen aufgefordert wurden, die Zahl ihrer Betriebsstätten zu zählen und dann der frisch in „Beitragsservice“ umbenannten GEZ zu melden, ist die Aufregung gigantisch. Denn nun wird zusammengerechnet – und bei vielen der Stadtkämmerer ergibt sich eine Vervielfachung der zu erwartenden Kosten, wobei noch gar kein Bescheid ergangen ist.

Vieles ist deshalb gerade Hysterie. Der „Aufstand der Kommunen“, den das „Handelsblatt“ beispielsweise vergangene Woche beschrieb, um zugleich einen „Gebührenboykott der Städte“ heraufzubeschwören, entpuppt sich bei genauerem Hinsehen als nicht viel mehr denn als Ausdruck von Geburtswehen. Man sei in Gesprächen, heißt es etwa in Köln, von einem Zahlstreik könne keine Rede sein. Man zahle den bisherigen Beitrag – bis die Höhe des neuen Bescheids ermittelt sei.

Angeheizt wird die Debatte dadurch, dass ARD und ZDF bis heute selbst nicht genau sagen können, wie viel Geld nun

Rundfunkbeitrag vor Gericht

Seit Januar zahlen Firmen Tausende Euro mehr für TV und Radio – jetzt klagen sie

Köln boykottiert, Berlin bezahlt

Wie Länder und Gemeinden auf den neuen Rundfunkbeitrag reagieren

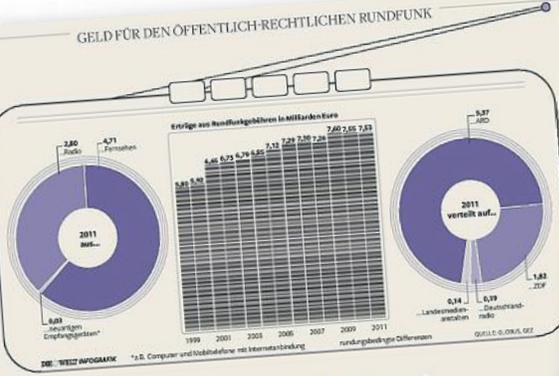
VON JOACHIM HUBER

Köln weigert sich, Berlin weigert sich nicht. Die Millionenstadt am Rhein hat die Zahlung des neuen Rundfunkbeitrags gestoppt. Die Überweisungen würden vorläufig eingestellt, weil die Kommune zunächst mit enormem Aufwand ermitteln müsse, für was und von wem genau zahlen habe, sagte eine Stadt-Sprecherin am Mittwoch. Die Neuregelung erweise sich als „bürokratischer Irrsinn“ für viele Kommunen, die mit einem detaillierten Anstieg der Zahlungen rechnen.

Senatssprecher Richard Meng sagte dem Tagesspiegel, dass es „für Berlin keine Optionen ist, die gültigen Regelungen des Rundfunkbeitrags zu unterlaufen“. Einige Behörden würden mehr für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zahlen, andere weniger, insgesamt gäbe die Erwartung, dass die Neuregelung aufwandsneutral ausfallen werde. „Tatsächlich werden die Ergebnisse der Umstellung von der Rundfunkgebühr zum Rundfunkbeitrag erst im Lauf des Jahres feststehen“, sagte Meng. Erst dann könne evaluiert, sprich nachgesteuert werden.



Ich hab jehazit. Der Bfänger kann und will ohne Fernsehen nicht leben. Foto: Oliver



Der neue GEZ-Beitrag ist Etikettenschwindel

Ab 1. Januar müssen alle Haushalte für ARD und ZDF zahlen. Für Kritiker ist die Abgabe nichts anderes als eine verpackte Steuer

Zeitungsausschnitt: Gigantische Aufregung



Eine Verbesserung beim Abgabe sind die Tügel

Unmut über die neue Rundfunkgebühr

Handelketten und Unternehmen erwarten Kostensteigerungen von bis zu 400 Prozent. Der Einzelhandel lässt bereits die Chancen für eine Klage vor dem Bundesverfassungsgericht prüfen

wirklich durch die Systemumstellung von der Geräte- auf die Haushaltsabgabe angenommen werden wird.

Ein vierköpfiges Team der GEZ hat seit Ende der neunziger Jahre knapp hundert Modelle durchgerechnet. Der jetzt eingesetzte Weg sei der effektivste und gerechteste, argumentiert man dort.

Das Ergebnis der Analysen scheint angesichts der vielen Schwarzseher-Kampagnen der Öffentlich-Rechtlichen und des umstrittenen Einsatzes der „Gebührenbeauftragten“ eher überraschend, denn Privathaushalte, die 91 Prozent aller Gebührenden ausmachen, sind offenbar ehrlicher als landläufig vermutet: 95 Prozent zahlten ihre 17,98 Euro. Mit dem neuen Modell, so die internen Hoffnungen, lasse sich dort gerade mal ein Prozent mehr „Ausschöpfungsquote“ erreichen.

Anders sieht es bei Firmen aus, die bislang offenbar erheblich weniger ehrlich agierten. Bis zu 40 Prozent der Unternehmen haben nach groben Schätzungen bisher nichts oder zu wenig bezahlt.

Die Sender sehen sich zu Unrecht in der Kritik. Denn natürlich haben nicht die Rundfunkanstalten die Abgabe abgeknickt, sondern die Ministerpräsidenten. „Das ist, als würde man die Finanzämter dafür prügeln, dass die Bundesregierung eine Erhöhung der Mehrwertsteuer beschlossen hat“, schimpft ein ARD-Hierarch. In dem niedersächsischen Kurort Bad Pyrmont hatten die Länderregenten im Oktober 2006 festgestellt, dass es auf Dauer nicht tragbar sei, die Zahlung von Rundfunkgebühren an den Besitz bestimmter Geräte zu koppeln.

Ein Jahr später, diesmal in Wiesbaden, hatten die Ministerpräsidenten vier Alternativmodelle auf dem Tisch, schafften es aber bloß, sie auf zwei zu reduzieren. ARD und ZDF halfen schließlich bei der Entscheidungsfindung mit einem Gutach-

ten, das sie beim Verfassungsrechtler Paul Kirchhof in Auftrag gaben. Der Heidelberger Professor befand das Konzept einer Haushaltsabgabe für umsetzbar, allerdings verbunden mit Empfehlungen.

So forderte er etwa den schrittweisen Ausstieg bei Werbung und Sponsoring. Er empfahl den Beitrag zu erlassen, wenn nachweisbar kein Programm empfangen werden kann – und den Beitrag für Zweiwohnungen abzuschaffen. Nicht eine die-

Regelungen für die Wirtschaft

Kriterien zur Ermittlung des monatlichen Rundfunkbeitrags

- Betriebsstätten**
Bezahlt wird für jede Betriebsstätte ...
- Mitarbeiter**
... gestaffelt nach der Zahl der dort sozialversicherungs-pflichtig Beschäftigten.
- Fahrzeuge**
Je betrieblich genutztes Kfz 5,99 €/Monat. Ein Fahrzeug pro Betriebsstätte ist frei.



ser Maßnahmen ist umgesetzt worden. Wer noch tiefer nach Gründen für das Durcheinander fahndet, stößt einmal mehr auf den Fluch der föderalen Rundfunkordnung, die schon seit Jahren jedem Versuch im Wege steht, die hiesige Medienwelt sinnvoll und effektiv zu regulieren. Jeder Rundfunkstaatsvertrag ist ein unmöglicher Kompromiss von 16 Ländern, die alle zustimmen müssen.

„Das ist als technischer Ablauf ein solches Durcheinander“, sagt jemand, der den Prozess aus eigener Erfahrung kennt, „dass die eigentlichen Probleme oft gar nicht erkannt werden.“ Die Länder ließen sich in diesen Diskussionen unterteilen in Standort-Interessierte, die für ihre Städte und die dort angesiedelten Sender kämpfen, Desinteressierte und Nörgler – wobei Letztere immerhin durch irrationale Änderungswünsche erheblich zum Misslingen beitragen.

Und am Rundfunkbeitrag scheint einiges misslungen. Erst in letzter Sekunde und nach einem öffentlichen Aufschrei veranlassten ARD und ZDF Mitte Dezember zum Beispiel, dass Pflegeheimbewohner, anders als zuvor geplant, doch keine Rundfunkgebühren zahlen müssen. Andere Demenzkranke sind aber keineswegs ausgenommen.

Auch ein neues Gutachten, das der Medienexperte Heiko Hilker für die Linkspartei-Fraktion im Bundestag erstellte, zieht ein vernichtendes Fazit: Weder sei das neue System gerechter, noch der Verwaltungsaufwand geringer geworden. Und der renommierte Staatsrechtler Christoph Degenhart, 63, hat seine ganz grundsätzliche Meinung zum öffentlich-rechtlichen Gebaren: „Die Rundfunkanstalten halten sich für unantastbar. Da kommen sie in ihrer Selbstwahrnehmung noch vor dem Papst.“

Aus Sicht der Anstalten hat der neue Beitrag eine heikle Nebenwirkung: Er

wird zum Testfall für die grundsätzliche Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. Und er provoziert nicht nur die wenigen Menschen, die gar kein Empfangsgerät haben und plötzlich zahlen müssen, sondern sogar Hardcore-Fans des Systems wie Stamm- und Exklusivhörer von Deutschlandradio und -funk. Weil die ermäßigte Gebühr für Nur-Radio-Hörer wegfällt, müssen sie nun das Dreifache zahlen, um den „Musikantenstadl“ mitzufinanzieren.

Eine Rundfunkfinanzierung, an der sich jeder Bürger beteiligen muss, erhöht dramatisch den Legitimationsdruck auf ARD und ZDF, die Anforderungen an Transparenz und eine sinnvolle Verwendung des Geldes für gute Programme. Das ist an sich keine überraschende oder revolutionäre Erkenntnis. Und doch deutet nichts darauf hin, dass ARD und ZDF sich darauf eingestellt haben.

Interne Mahner, die darauf hinwiesen, man müsse die Umstellung mit einer Qualitäts- und Informationsoffensive in den Programmen begleiten, konnten sich nicht durchsetzen. Eine große Anzeigen- und Plakatkampagne, die unter anderem Judith Rakers und Petra Gerster in Model-Pose über der Zeile „Wir sind Nachrichten“ zeigt, ist kein adäquater Ersatz.

„Systemblindheit“ diagnostiziert ein Konkurrent bei ARD und ZDF, eine Realitätsverweigerung wie einst im Zentralkomitee der SED 1989. Anders lässt sich tatsächlich kaum erklären, warum sich die Sender nicht wenigstens vorübergehend als Musterknaben verhalten und erwartbare Kritik vorausseilend entkräften. Natürlich hat das ZDF nicht unrecht, wenn es darauf verweist, dass die Holocaust-Gedenkstunde im Bundestag vergangene Woche auf Phoenix übertragen wurde. Aber wenn es dafür trotzdem einen Platz im Hauptprogramm freigeräumt hätte, wäre die erwartbare und schlagzeilenträchtige Kritik des Bundestagspräsidenten und des Zentralrates der Juden an der „Verantwortungslosigkeit“ der Sender vorige Woche ganz einfach vermieden worden.

Wäre das Gesetz über die Neuregelung der Rundfunkgebühren heute auf der Tagesordnung der Länderparlamente, wäre eine Zustimmung womöglich ausgeschlossen. Der Ruf der Anstalten hat binnen kurzer Zeit so sehr gelitten, dass sich kaum ein Politiker mehr in die mediale Verteidigungslinie stürzen mag. Den Akteuren bei ARD und ZDF ist klar: Das, was sie haben, bekämen sie heute nie mehr. Aber sie scheinen sich auch zurückzulehnen in dem Bewusstsein: Was sie haben, haben sie. Aussitzen als Methode. Martin Stadelmaier, Rundfunkgebührenpolitiker im Ruhestand, spricht es aus: „In drei Monaten wird es deutlich ruhiger werden.“

MARTIN U. MÜLLER, STEFAN NIGGEMEIER



ZDF-Moderator Gottschalk 2008: „Ein Hund, der nur bis zum nächsten Fressnapf denkt“

TV-SHOWS

Lasst Blumen sprechen!

Nicht nur mit Gewinnspielen brachten Firmen ihre Produkte bei „Wetten, dass..?“ unter. Neue Fälle deuten auf noch weit raffiniertere Schleichwerbung hin.

Da war er wieder, der gute alte Thommy und riss einen seiner typischen Gottschalk-Sprüche, für die ihn alle so liebten: Er sei „ein Hund, der nur bis zum nächsten Fressnapf denkt“, sagte er zu Journalisten. Ein Hund, ein Fressnapf, ein schönes Bonmot. Damals, im November 2011 auch ganz unverfänglich.

Angesichts des Schleichwerbeskandals rund um „Wetten, dass..?“ (SPIEGEL 3/2013) bekommt der flapsige Satz heute allerdings einen faden Beigeschmack. Denn in früheren Jahren gehörte auch der Krefelder Tiermarkt-Discounter Fressnapf mal zu den Kunden der Vermarktungsfirma Dolce Media von Gottschalk-Bruder Christoph. Und für Fressnapf wurde damals womöglich auch versteckte Werbung in die Sendung geschmuggelt.

So, wie es aussieht, mit System: Ein großer Markenartikler, der ebenfalls mit Dolce Media verhandelte, spricht heute von einem eindeutigen Angebot, er könne sich in die Show einbauen lassen. Tatsächlich auffällig wurde neben Fressnapf ein weiteres Unternehmen: die Fleurop AG.

Damit gibt es erstmals Hinweise auf klassische Schleichwerbung bei „Wetten, dass..?“ nach dem der SPIEGEL vor drei Wochen Verträge zwischen Dolce Media und DaimlerChrysler aufgedeckt hatte, in denen genaue Vorgaben gemacht wurden,

wie Mercedes-Fahrzeuge bei einem Gewinnspiel gezeigt werden sollten.

Dass Daimler – so wie heute Audi – als offizieller Partner der Show auftrat, war dabei kein Geheimnis. Jetzt aber scheint es um Reklame zu gehen, die der Zuschauer kaum als solche erkennen konnte. Und deutlich wird auch, wie überraschend viel Geld Unternehmen offenbar selbst für Werbung zu zahlen bereit waren, die allenfalls subtil auftauchte.

Wie das ZDF bestätigt, bestand 2007 ein Kooperationsvertrag für „Wetten, dass..?“ mit der Firma Fressnapf. Dolce Media, mit Gottschalk-Bruder Christoph an der Spitze, verkaufte darin für das ZDF die Markenrechte der Show an die Tiermarktkette. Glaubt man dem Sender, Fressnapf und Dolce, war das eine saubere Sache: Das Unternehmen habe nicht nur einen Satz Eintrittskarten für die Sendung bekommen, sondern vor allem das Logo von „Wetten, dass..?“ für ein Gewinnspiel nutzen dürfen.

Was es dagegen nie gegeben haben soll: Fressnapf-Reklame in der Show selbst, nach 20 Uhr, wenn bei den öffentlich-rechtlichen Sendern nicht mehr geworben werden darf.

In der Sendung vom 10. November 2007 allerdings erschien die Firma durchaus präsent, in einer Tierwette. Damals trat ein Kandidat mit dem Versprechen