



Antwort der Landesregierung auf eine Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung

Abgeordnete Dorothea Frederking (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)
Abgeordneter Holger Hövelmann (SPD)

Verteilung von Landesgeld zu Marketingzwecken an lokale Fernsehsender

Kleine Anfrage - KA 7/2168

**Antwort der Landesregierung
erstellt von der Staatskanzlei und Ministerium für Kultur**

Frage 1

Seit dem Jahr 2015 stehen jährlich 200.000 Euro im Haushalt der Staatskanzlei für das Landesmarketing als Binnenmarketing zur Produktion von Filmen und Ausstrahlungen durch die lokalen Fernsehsender im Land Sachsen-Anhalt zur Verfügung. Wie erfolgte die jährliche Aufteilung dieser Mittel auf die 11 lokalen kommerziellen TV-Anbieter?

Antwort zu Frage 1:

Die von der Landesmedienanstalt lizenzierten lokalen kommerziellen TV-Anstalten werden seit 2015 jährlich angefragt, Angebote zur Schaltung von Beiträgen zu jährlichen Schwerpunktthemen des Landesmarketings abzugeben (25 Jahre Sachsen-Anhalt, Reformationsjubiläum, Bauhaus, regionale kulturelle Highlights etc.), um so die Vermarktung des Landes aus einem Guss zu gewährleisten. Sichergestellt wird dabei, dass es sich nicht um unzulässige politische Werbung gem. § 7 Abs. 9 RStV handelt und die redaktionelle Unabhängigkeit gewahrt wird.

Vereinzelte haben die TV-Anstalten im Rahmen der Angebotsabfrage auch eigene inhaltliche Vorschläge unterbreitet, mit denen die Landesidentität gesteigert werden soll. Vier TV-Anstalten bieten aus Kapazitätsgründen keine eigenen Werbemaßnahmen an, geben jedoch regelmäßig ihre Bereitschaft zum Ausstrahlen von Filmen anderer TV-Anstalten.

Frage 2**Nach welchen Kriterien werden die genannten Mittel vergeben?****Antwort zu Frage 2:**

Die Aufteilung erfolgt nach Reichweiten, Zuschauerzahlen und Programmausgestaltung (Vollprogramm, Teilprogramm).

Das Gros der zu vergebenden Marketingmaßnahmen wird jährlich über den freiwilligen Zusammenschluss der privaten kommerziellen TV-Anbieter, dem SRF Kombi Verbund, vergeben. In der SRF Kombi sind die sechs reichweitenstärksten und alle samt Vollprogramm sendenden TV-Anbieter (TV Halle, MDF 1, RFH Regionalfernsehen Harz, RBW, RAN 1 und PunktUm) zusammengeschlossen. Die zusammengeschlossenen Sender tauschen ihre jeweiligen Filme untereinander aus, so dass eine deutlich höhere Reichweite erzielt wird. Insgesamt hat der Verbund eine technische Reichweite von ca. 1,2 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern. Außerdem stellt die SRF Kombi den kleineren Sendern, die nicht im Verbund sind, die im Auftrag der Staatskanzlei und Ministerium für Kultur unter redaktioneller Freiheit produzierten Filme kostenfrei zur Ausstrahlung zur Verfügung.

Die Sender Kultur MD, BLK regional TV und Elbe Medien gehören nicht dem Verbund an. Sie unterbreiten jährlich inhaltlich und preislich unterschiedliche Angebote, wobei sich bei der inhaltlichen Ausrichtung an den Schwerpunkten des Landesmarketings orientiert wird. Die abschließende Auswahl der Angebote erfolgt durch das Referat Landesmarketing. Die Entwicklung dieser Sender bezüglich ihrer Reichweiten und Programmangebote rechtfertigte, sie ab 2017 den in der SRF Kombi zusammengeschlossenen Sendern als gleichwertig zu betrachten und somit das Auftragsvolumen zu erhöhen.

Die HDL TV GmbH gibt eigene Angebote zur Produktion und Ausstrahlung von Beiträgen ab. Die Reichweite ist sehr eingeschränkt, daher werden auch deutlich geringere Marketingleistungen angefragt und beauftragt.

TV-D Fernsehen Ditzfurth produziert keine eigenen Filme, strahlt die Filme des Verbundes aus und versorgt ca. 200 Haushalte. Die Comed Computer u. Medien GmbH war ein lokaler kommerzieller TV Sender, wurde wie alle anderen Sender seit 2015 angefragt, hat jedoch nie ein Angebot unterbreitet und existiert inzwischen nicht mehr.

Für die Erstellung und Sendung von Beiträgen im Rahmen des Landesmarketings wurden in den Jahren nachfolgende HH-Mittel in brutto ausgereicht:

2015	197.385,00 €
2016	198.674,59 €
2017	201.560,24 €
2018	205.981,95 €

Frage 3

Wie wird sichergestellt, dass weitere Landesgelder vom Land (z. B. einem Ministerium) und seinen Gesellschaften (z. B. IMG, NASA ...) für Marketingzwecke an lokale Fernsehsender aus Sachsen-Anhalt für Produktionen und Schaltungen vergeben werden?

Antwort zu Frage 3:

Das Referat Landesmarketing in der Staatskanzlei und Ministerium für Kultur steuert und koordiniert ressortübergreifend das Landesmarketing. Unter Vorsitz der StK tagt regelmäßig der 2016 einberufene Marketingbeirat, in dem neben den Ministerien die Kammern (HWKs und IHK), die Investitionsbank, die EU-Verwaltungsbehörde sowie die Investitions- und Marketinggesellschaft mbH und die Agrarmarketinggesellschaft vertreten sind. Auf den Sitzungen wird sich u. a. regelmäßig über die Einbindung der kommerziellen regionalen TV-Anstalten bei den Marketingplanungen ausgetauscht und werben die Vertreterinnen der Staatskanzlei und Ministerium für Kultur für die Beteiligung der lokalen kommerziellen TV.-Anbieter auch im Rahmen von anderen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Eine Weisung der StK gegenüber den Fachressorts bzw. den übrigen Mitgliedern des Marketingbeirates kann jedoch nicht erfolgen.

Durch die vom Haushaltsgesetzgeber für 2019 beschlossene Kürzung der Mittel im Epl. 02, TGr. 69 (Landesmarketingmittel) um insgesamt 78.000 € können aufgrund der im Marketing üblichen langfristigen Planungen hier keine zusätzlichen Mittel für die lokalen kommerziellen TV-Anbieter aufgebracht werden. Es soll jedoch im Rahmen anderer Titel ermöglicht werden, weitere Aktivitäten dieser Anbieter zu unterstützen. Eine Erhöhung der Marketingmittel als solche müsste auch aus Sicht der Staatskanzlei und Ministerium für Kultur bei der Aufstellung des Landeshaushaltes 2020/2021 frühzeitig berücksichtigt werden, um auch die Kommunikationsmaßnahmen bei den TV-Anbietern in diesen Jahren ausbauen zu können.