

**Der Vorsitzende
der ARD-Hörfunkkommission**

Ausschuss für
Kultur und Medien
15. Wahlperiode

Ausschussdrucksache
Nr. 15(21) 134

**Öffentliche Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien und
der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“**

**zum Thema „Eine Quote für Musik in Deutschland? Medienanteil
deutschsprachiger Musik / Medienanteil von in Deutschland
produzierter Musik“**

Vorbemerkung:

Im Einladungstext wird bereits massive Kritik an den Rundfunk- und Fernsehanstalten geübt. Der in dieser Form dargestellte Sachverhalt entspricht in keiner Weise der Realität und ist für die ARD nicht akzeptabel.

Wahr ist in der Tat, dass sich die Musikindustrie in einer schweren Krise befindet, die sie primär selbst zu verantworten hat. Veränderungen und Entwicklungen wurden jahrelang ignoriert und auf der Suche nach Schuldigen ist man, wie auch schon in der Vergangenheit, wenn es der Branche schlecht ging auf die Radioprogramme verfallen.

Behauptungen allerdings, Nachwuchskünstler und selbst bekannte Musiker fänden im Rundfunk immer weniger Unterstützung, musikalische Vielfalt sei kaum noch festzustellen und der Anteil an Neuerscheinungen verschwindend gering, all diese Unterstellungen weisen die ARD-Sender entschieden zurück.

Im Übrigen scheint nicht in ausreichendem Maße bekannt zu sein, dass die von der Musikindustrie benannten Vertreter in gemeinsamen Gesprächsrunden mit der ARD-Hörfunkkommission und der von ihr benannten Arbeitsgruppe Abstand von einer „Musikquote“ genommen haben.

Stattdessen wurde vereinbart, Modelle zu erarbeiten, die dem gemeinsamen Ziel, Nachwuchs-förderung und musikalische Vielfalt, wenn möglich, zu intensivieren, Rechnung trägt. Es haben ebenfalls bereits sehr konstruktive Gespräche mit Mitarbeitern von Frau Ministerin Weiss und Herrn Ministerpräsident Beck stattgefunden, in deren Mittelpunkt stets Synergien jenseits von Quoten und verordneten Selbstverpflichtungen stehen.

Fragenkatalog:

- 1. Welche Chancen und Risiken sehen Sie in der Festschreibung einer „Musikquote“ (gemeint ist ein definierter Anteil an deutschsprachiger bzw. in Deutschland produzierter Musik) im Hörfunk und Fernsehen?**

Antwort:

Qualität und Vielfalt lassen sich nicht durch festgeschriebene Quoten erzwingen.

Nachwuchsförderung und Präsenz deutschsprachiger Künstler bzw. in Deutschland produzierter Musik finden in den Hörfunkprogrammen der ARD seit jeher und ohne jegliche Quotendebatte statt. Diese Tatsache wurde und wird uns auch von zahlreichen Künstlern und Produzenten immer wieder bestätigt, die sich ohne den gezielten und umfangreichen Einsatz ihrer Produktionen, die Bereitstellung von Auftrittsmöglichkeiten sowie einer fundierten journalistischen Begleitung kaum hätten etablieren können. Selbst viele Musiker, die trotz der bereits erwähnten Unterstützung nicht im erwarteten Maße reüssieren konnten, haben die Gründe dafür nicht in mangelnder Förderung durch unsere Programme gesehen.

- 2. Welche Auswirkungen hätte eine „ Musikquote“ auf die Arbeit von Künstlerinnen und Künstlern in finanzieller und künstlerischer Hinsicht sowie in Hinblick auf deren Vermarktung?**

Antwort:

Für die ARD-Hörfunkprogramme stellt sich diese Frage nicht. Wir schöpfen unsere Förderung für Nachwuchskünstler Pop bis Klassik im Rahmen unserer Möglichkeiten aus. Unsere Programme schaffen künstlerische Plattformen, für wirtschaftliche oder marketing-relevante Strategien sind wir nicht zuständig.

- 3. Würde die Einführung einer „Musikquote“ die Chancen für Nachwuchsmusiker auf Präsenz in den Medien erhöhen oder ist eine Konzentration auf wenige, bereits etablierte Künstler zu befürchten? Müsste letzteres konsequenterweise auch die Einführung einer Quote zwischen „Etablierten“ und „Unbekannten / Neuen / Wenig - Gespielten“ zur Folge haben?**

Antwort:

Die Antwort kann nur lauten: Keine Quote!

Nachwuchsförderung im Sinne des journalistischen Auftrages der ARD-Hörfunkprogramme findet ohne kleinstteilige Definitionen statt. Hier geht es um Unterstützung von Künstlern und ihrer Musik, nicht um Kategorien aus den Bemerkungskriterien der Phonographischen Wirtschaft.

- 4. Wie sähe Ihre Unternehmensstrategie in Bezug auf den Tonträgermarkt und Ihr eigenes Unternehmen aus, wenn es eine „Musikquote“ in Deutschland gäbe?**

Keine Antwort

- 5. Gibt es Wettbewerbsnachteile deutschsprachiger Musik gegenüber englischsprachiger Musik? Wenn ja, warum und wie wirkt sie sich aus?**

Antwort:

Amerikanische und früher auch englische Musik dominiert seit Jahrzehnten den Weltmarkt. Deutschsprachige Popmusik wird, bis auf Ausnahmen, immer nur im deutschsprachigen Raum Erfolg haben. Deutsch ist keine Weltsprache, gleichwohl findet sie ihr Publikum dort, wo man originelle Texte versteht.

6. Warum ist der Anteil deutschsprachiger Neuerscheinungen im Rundfunk und Fernsehen so gering? Wie könnte das geändert werden?

Antwort:

Aus unserer Sicht ist der Anteil nicht zu gering .

7. Inwieweit hätte eine „Musikquote“ Auswirkung auf Art und Vielfalt der Musik sowie auf die Hörgewohnheiten des Publikums?“

Antwort:

Eine Quote führt unweigerlich zu einer oktroyierten Ausgewogenheit, die nicht im entferntesten die musikalischen Interessen der Hörer widerspiegelt. Primäre Aufgabe der Programme ist es, den Ansprüchen der Hörerinnen und Hörer gerecht zu werden, nicht denen eines Wirtschaftszweiges. Die Vorstellungen von Art und Vielfalt, die sich Teile der Musikindustrie durch eine Quote erhoffen, trägt der heutigen Mediennutzung in keiner Weise Rechnung. Der Hauptgrund für die massive Krise der Musikbranche liegt in der krassen Fehleinschätzung von sozialen, technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen. Statt diese Entwicklungen zu erkennen und Strategien zu formen, werden die Medien zu Sündenböcken erklärt, wird nach staatlicher Unterstützung gerufen. So einfach kann man es sich nicht machen. Im Übrigen ist diese Taktik auch nicht neu. Immer wenn es der Musikwirtschaft schlecht ging, erschallte der Ruf nach einer Quote, begründet mit dem Verweis auf den Bildungs- und Informationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ging es der Branche gut, wurden wir als kompetente Medienpartner gelobt. Wer ernsthaft glaubt, mit einem gesetzlich verankerten Einsatz von neuen Titeln einen Bildungs- und Informationsauftrag einzufordern, geht schlicht an der Realität vorbei. Die ARD ist sich ihres Auftrages stets bewusst und kommt diesem mit großer musikalischer Vielfalt nach. Im Mittelpunkt stehen dabei allerdings die Hörerinnen und Hörer und die erwarten keine elektronische Volkshochschule, sondern zeitgemäße Programme, die ihren Ansprüchen gerecht werden. Um in der heutigen Zeit Inhalte, Informationen und Hintergründe vermitteln zu können, bedarf es eines attraktiven Angebots. Das bedeutet: Wer bei seinem Publikum eine Bereitschaft und Neugier für unbekannte Künstler schaffen will - und das ist unser Ziel - muss dieses auf mediengerechte und populäre Art und Weise tun. Mit einer verordneten Zahl von Titeln werden sie bei Ihren Hörerinnen und Hörern nur eines erreichen: Unverständnis und Abwanderung. Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aber muss es sein, so viele Menschen wie möglich zu informieren - auch, aber nicht nur über neue Musik.

Diejenigen Hörerinnen und Hörer, die fernab von massenkompatiblen Programmen ganz gezielt an Neuem und Innovativem interessiert sind, wissen im Übrigen sehr genau, wo sie diese Spezialangebote finden: Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

8. Würde Ihrer Meinung nach das Interesse an deutschsprachiger Musik bzw. in Deutschland produzierter Musik im Falle der Einführung der Musikquote international ansteigen?

Antwort:

Nein. Deutschsprachige Musik wird weiterhin primär dort populär sein, wo man die Texte und Inhalte versteht. Deutsche Produktionen hingegen, in der Regel englisch gesungen, haben auch ohne Quote einen relativ hohen Stellenwert im Ausland, vor allem im Dance-Bereich. Exakt diese Art von Musik wird im Übrigen seit Jahren vor allem von den jüngeren ARD-Wellen massiv gefördert, sowohl im On-Air als auch im Off-Air-Bereich.

9. Würden Ihrer Meinung nach die Chancen auf große kommerzielle Erfolge für deutschsprachige bzw. in Deutschland produzierte Musiktitel mit der Einführung einer „Musikquote“ steigen?

Antwort:

Nein. Diejenigen Titel, die über kommerziell erfolgreiches Potential verfügen, setzen sich in der Regel auch durch. Es gibt allerdings auch immer wieder die Situation, dass neue Titel unbekannter Künstler von einer Musikredaktion beharrlich und intensiv gefördert werden, ohne dass sich der Einsatz in hohen Verkaufszahlen niederschlägt. Hier spricht man dann von einem Radiohit, d.h., der Titel wird von den Hörern zwar positiv zur Kenntnis genommen, sie hören ihn gerne, es findet aber kein Kaufimpuls statt. Es sind im Übrigen immer wieder die Musikredaktionen der öffentlich-rechtlichen Programme, die mit Engagement und Geduld besagte Stücke einsetzen, weil sie an Künstler und Werke glauben. Unter reinen Wettbewerbskriterien würde man dieses Verhalten kritisieren, dennoch ist es gelebte Praxis, weil in den Musikredaktionen entgegen aller öffentlichen Unterstellungen qualifizierte Menschen sitzen, für die es immer wieder eine Bestätigung ihrer Arbeit ist, wenn unbekannte Künstler mit ihrer Unterstützung den Durchbruch schaffen. Umso größer die Enttäuschung, wenn dieser ausbleibt. Es wäre wünschenswert, wenn dieses Engagement, das definitiv nicht den Praktiken von Hitabspielstationen entspricht, auch endlich ein Mal von der Musikindustrie öffentlich statt intern gewürdigt und dementsprechend artikuliert würde.

10. Inwiefern würde ein vorgeschriebener Anteil deutschsprachiger bzw. in Deutschland produzierter Musik in Hörfunk und Fernsehen das Interesse der Gesellschaft an Musik insgesamt verändern? Würden eventuelle Veränderungen voraussichtlich auch altersspezifische Unterschiede erwarten lassen?

Antwort:

Eine demokratische Gesellschaft lässt sich ihre musikalischen Interessen nicht diktieren. Je jünger die Hörer, desto wichtiger die Bedeutung von Musik. Für die Hörer unserer jungen Wellen ist Musik ein Ausdruck ihrer Lebenswelt. Mit wachsendem Alter wird Musik im Hörfunk entweder als Begleitmedium im Alltag oder als spezifisches Angebot, z.B. im Bereich Klassik, aber auch Pop genutzt.

- 11. Welches Instrument halten Sie bei der Regelung einer „Musikquote“ ggf. für am besten geeignet und wie würden Sie diese innerhalb Ihres Kompetenzbereichs umsetzen?**

Anfang des Jahres wurden zwischen ARD und Phonographischer Wirtschaft Gesprächsrunden eingerichtet, in denen auf Fachebene gemeinsame Möglichkeiten der Nachwuchsförderung erörtert werden.

- 12. a) In welcher Höhe sollte eine Quote - im Falle einer gesetzlichen Regelung - festgeschrieben werden und für welche Bereiche sollte sie gelten (Hörfunk, Fernsehen, öffentlich-rechtlich, privat)?**

Keine Antwort.

- 12.b) Welche rechtlichen Bedenken könnten gegen die gesetzliche Festschreibung einer „Musikquote“ angebracht werden?**

Antwort:

Eine gesetzlich verordnete Quote stellt einen regulativen Eingriff in die verfassungsmäßig verankerte Programmfreiheit dar.

- 13. Welche anderen Instrumente - jenseits von einer gesetzlich vorgeschriebenen „Musikquote“ halten Sie zur Förderung von deutschsprachiger und in Deutschland produzierter Musik für geeignet? Wäre eine „freiwillige Selbstverpflichtung“ der Medien eine erfolversprechende und realistische Alternative?**

Antwort:

Die Ministerpräsidentenkonferenz hat im Juni 2003 folgendes zu Protokoll gegeben:

„Die Länder erwarten von den Hörfunkveranstaltern, insbesondere von den in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten und dem Deutschland Radio, eine stärkere Berücksichtigung von deutschsprachiger Musik und deshalb eine Förderung auch neuerer deutschsprachiger Musikangebote durch ausreichende Sendeplätze in den Programmen“.

Aus ARD-Sicht bedarf es weder einer Quote noch einer „freiwilligen Selbstverpflichtung“.

Die von der Ministerpräsidentenkonferenz erwarteten ausreichenden Sendeplätze waren und sind in den Programmangeboten der ARD in vielfältiger Form verankert. Eine Selbst-verpflichtung unterstellt Defizite, die im ARD-Verbund definitiv nicht vorhanden sind.

Den einzigen Vorwurf, den sich die Hörfunkprogramme machen müssen, ist, ihr Engagement nie laut und offensiv propagiert zu haben. Zu dieser Erkenntnis haben erst die vielen konstruktiven Gespräche mit Vertretern aus Politik – aber auch an Information interessierten Teilen der Musikindustrie geführt – in denen deutlich wurde, wie wenig über musikalische Nachwuchsförderung durch die gebührenfinanzierten Programme bekannt war.

- 14. Welche Instrumente halten Sie für sinnvoll, um bei privaten Radio- und Fernsehsendern den Anteil von deutschsprachiger bzw. in Deutschland produzierter Musik zu erhöhen?**

Keine Antwort

- 15. Halten Sie eine Quote deutschsprachiger Musik oder eine Quote für in Deutschland produzierter Musik zur Förderung der musikalischen Vielfalt in Deutschland für geeigneter? Sind diese gegebenenfalls zu koppeln?**

Antwort:

Weder noch. Im Sinne einer korrekten Definierung sollte allerdings tunlichst Einigkeit über die beiden Genres erzielt werden. Die Ministerpräsidenten sprechen von Sendeplätzen für deutschsprachige Musik, die Förderung der Phonographischen Wirtschaft beinhaltet auch in Deutschland produzierte Musik. In der Presse wird mit unterschiedlichen Definitionen agiert. Dies führt zu sehr unterschiedlichen Ansätzen und Bewertungen.

- 16. Welche Möglichkeiten der Kontrolle zur Einhaltung einer Quotenregelung halten Sie für sinnvoll? Welche Folgen sollte ein Verstoß gegen die „Musikquote“ haben?**

Keine Antwort

- 17. Auf welche Weise würden Sie die Aufgabe angehen, mehr junge Leute für Musik aus Deutschland bzw. in Deutschland produzierter Musik zu begeistern?**

Antwort:

Die Frage stellt sich aus unserer Sicht nicht, da vor allem, wie der Erfolg der jungen ARD-Wellen beeindruckend unterstreicht, junge Menschen nach wie vor das größte Interesse für Musik zeigen. Dem wird mit einem konsequent jungen musikalischen Angebot und umfangreichen Förderungsmaßnahmen Rechnung getragen. Genannt seien hier, neben intensivem Airplay, kompetenter musikjournalistischer Begleitung,

regionale Kooperationen und die wichtige Schaffung von
Auftrittsmöglichkeiten für den musikalischen Nachwuchs.

Hamburg, 10.08.2004

Gernot Romann

Vorsitzender der ARD-Hörfunkkommission
und Programmdirektor Hörfunk des NDR