

Corona-Bundeshilfen für privaten Hörfunk

von **Lisa Priller Gebhardt** am **21. Oktober 2020**

Seit dem Ausbruch von Corona sind den privaten Radiosendern Umsätze aus dem Offline- und Onlinegeschäft weggebrochen. Gelder aus dem Bundesprogramm „Neustart Kultur“ sollen jetzt helfen, die finanziellen Auswirkungen der Pandemie weiter abzufedern.

Die Corona-Krise hat die privaten Radiomacher in Bayern hart getroffen. Bis zu 40 Prozent Umsatzeinbußen – seit März 2020 bis Jahresende – haben die bayerischen Hörfunkanbieter auf Anfrage der Landeszentrale prognostiziert.

Um die Auswirkungen ein wenig abzufedern, unterstützten der Freistaat Bayern und die BLM in einem ersten Schritt bayerische Lokalradio- und TV-Sender mit Landeshilfen in Höhe von 1,25 Millionen Euro.

Hilfspakete aus Bayern und Bund greifen ineinander

Eine zweite Runde steht nun an: Die Verteilung der Bundeshilfen, die unter dem Motto „Neustart Kultur“ an private, werbetreibende Radios ausgereicht werden, startet in Bayern. Die Gelder sollen die finanziellen Auswirkungen der Pandemie abfedern. Vom 1. August bis 31. Dezember 2020 werden die Verbreitungskosten von UKW, DAB+ und Internet vorübergehend und je nach Bedarf maximal hälftig übernommen. Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), beziffert das Volumen der Bundesmittel, die nach Bayern fließt, auf bis zu 2,5 Millionen Euro.

„Nach den Hilfen des Landes können durch die Corona-Krise betroffene Radiostationen in Bayern jetzt von den Hilfen des Bundes profitieren. Ich freue mich, dass es in enger Abstimmung mit der Bayerischen Staatsregierung gelungen ist, ein sinnvolles Ineinandergreifen der Hilfspakete zu gewährleisten und für die betroffenen Sender eine echte Entlastung sicherzustellen“, so BLM-Präsident Schneider.

Das tut auch Not: Denn vor allem bei kleineren Sendern ist die Finanzdecke meist sehr dünn, die Liquidität stieß rasch an Grenzen. Willi Schreiner, Chef des Verbands Bayerischer Lokalrundfunk (VBL), sagte Ende März gegenüber blmplus, dass durch Stornos große Umsatzbrocken weggebrochen seien. Nicht nur der On-Air-Bereich, auch das Off-Air-Geschäft war betroffen.

Weitestgehend unbürokratischer Zugang

Events, Spot-Produktionen für Kunden sowie Konzerte fallen nach wie vor weg. Die Gelder aus Berlin werden in Bayern sehr begrüßt. „Die Bundeshilfen, die durch die privaten Medien-Verbände vorgeschlagen und schlussendlich bewilligt worden sind, unterstützen uns in der aktuellen Situation sehr“, sagt Bernhard Hock, Geschäftsführer der RT1 Media Group in Augsburg. Der „weitestgehend unbürokratische Zugang zu diesen Mitteln“ ist laut Hock auf jeden Fall der richtige Weg, um lokales Radio weiterhin professionell betreiben zu können.

„Die Gelder bringen, zumindest in Teilen, einen Ausgleich der substanziellen Umsatzeinbrüche“, sagt Dietmar Nagelmüller, Geschäftsführer Bayernwelle Südost. Für ihn ist die Unterstützung auch ein logischer Schritt als Reaktion auf die Einschränkungen, die von der Regierung veranlasst wurden. Unternehmen, die durch einen von der Politik angeordneten Lockdown wesentlich weniger Umsätze generierten und „dadurch vielleicht an den Rand

der Zahlungsunfähigkeit getrieben werden, müssen einen finanziellen Ausgleich bekommen“, ergänzt der Radio-Manager.

Auch Till Coenen, seit Oktober neuer Geschäftsführer von Radio Arabella, „begrüßt die Unterstützung für die Sender sehr“. Finanzielle Mittel sind seiner Meinung auch deshalb nötig, um die weitere Versorgung mit Informationen zu gewährleisten.

Die Sender brauchen vor allem jetzt qualifiziertes Personal und technisch ausgereiftes Equipment. Höherer Aufwand bei gesunkenen Werbeeinnahmen – das sorgt aktuell für Probleme. „Um dafür die Kosten weiter tragen zu können, wäre es wünschenswert, wenn die Hilfen weitergeführt würden, denn die Auswirkungen der Pandemie werden uns sicherlich bis weit ins nächste Jahr begleiten“, so der Chef von Radio Arabella.

Regionale Werbemärkte stärker als nationale betroffen

Sein Kollege Bernhard Hock von RT1 ist für diese Mittel auch deshalb „sehr dankbar, da es sich inzwischen auch abzeichnet, dass regionale Werbemärkte stärker betroffen sind als nationale.“

Wie Hock und Nagelmüller hofft auch Coenen, dass die Unterstützungsprogramme weiterlaufen, denn im Moment ist noch nicht absehbar, ob und wann sich der Werbemarkt gänzlich erholt. „Angesichts der aktuellen Pandemie-Ausbreitung müssen wir uns voraussichtlich auf schwere Monate einstellen. Deswegen könnte auch in näherer Zukunft ein weiterer Förderbedarf gegeben sein“, sagt Hock.

Auch Nagelmüller macht sich Gedanken, wie es 2021 wohl weitergehen wird. „Die wirtschaftliche Lage vieler Betriebe, egal aus welcher Branche, wird sich unter den absehbaren aktuellen Bedingungen trotz der bestehenden Bundes- und Länderprogramme weiter verschärfen.“ Die Politik dürfte also weiter gefordert sein.