

Freitag, 30. Oktober 2009, 10:00–11:30 Uhr



Einstieg in den Ausstieg:

Ist Werbung im ARD-Hörfunk medial verzichtbar und von der Gebührenfinanzierung kompensierbar?

Nicht zuletzt das von den Ländern angekündigte Verbot von Sponsoring in den Fernsehprogrammen von ARD und ZDF nach 20 Uhr ab dem Jahr 2013 hat neue Bewegung in die Diskussion um eine Reduzierung der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gebracht. Dabei hat die Werbung in den öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen viel stärkere Auswirkungen auf die Wettbewerbsbedingungen des Privatfunks als im Bereich des Fernsehens. Die Mischfinanzierung aus Werbung und sicheren Gebühreneinnahmen ermöglicht den ARD-Sendern großen Gestaltungsspielraum bei der Werbepreisbildung. Angesichts der hohen Reichweiten der ARD-Servicezeiten haben Preissenkungen erhebliche Auswirkungen auf das Preisniveau der Werbespots der Privatradios, da diese gezwungen werden, ihre Preise anzugleichen. Die Folgen für Privatradios können vor allem in konjunkturellen Abschwungphasen existentiell sein. Andererseits wird von der Werbewirtschaft immer wieder die hohe Bedeutung der ARD-Sender für die Erreichung der Media-Ziele der Werbung treibenden betont. Bedürfen die derzeitigen Regelungen einer Überprüfung, um ein faires Wettbewerbsverhältnis zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk zu sichern?

Podiumsdiskussion

Marc Jan Eumann, MdL, stv. Vorsitzender und medienpolitischer Sprecher der SPD-Landtagsfraktion NRW, Vorsitzender der Medienkommission beim SPD-Parteivorstand, Berlin

Hans-Dieter Hillmoth, Vizepräsident des Verbands Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), Geschäftsführer Radio/Tele FFH, Bad Vilbel / Berlin

Fritz Raff, Intendant des Saarländischen Rundfunks (SR), stv. Vorsitzender ARD, Saarbrücken

Eberhard Sinner, MdL, Medienpolitischer Sprecher der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag, München

Moderation

Bernt von zur Mühlen, Geschäftsführer moreUnneed und EducationUniversal, Berlin / Luxemburg



Hans-Dieter Hillmoth



Fritz Raff



Eberhard Sinner

Freitag, 30. Oktober 2009, 12:00–16:00 Uhr

INSTITUT FÜR URHEBER- UND MEDIENRECHT

Quo vadis Presse – die Presse im digitalen Zeitalter

Begrüßung

Prof. Dr. Manfred Reh binder, Direktor des Instituts für Urheber- und Medienrecht, München

Einführung

Prof. Dr. Jürgen Becker, Mitglied des Vorstands des Instituts für Urheber- und Medienrecht, München

Vorträge und Diskussion

Die wirtschaftliche Situation der Presse

Philipp Welte, Vorstand Verlage Hubert Burda Media, München

Presseaktivitäten im Internet und die Bedeutung von Suchmaschinen

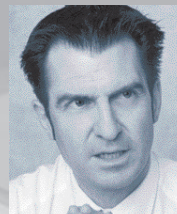
Jochen Wegner, Chefredakteur FOCUS Online, München

Schutz der Leistungen von Presse und Journalisten

Prof. Dr. jur. Robert Schweizer, RA, Vorstandsbereich Recht, Hubert Burda Media, München

Zunehmende Einschränkungen der Pressefreiheit durch Verbraucher- und Persönlichkeitsinteressen sowie Rundfunkregulierung

Dr. Christoph Fiedler, RA, Leiter Europa- und Medienpolitik, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), Berlin



Philipp Welte



Dr. Christoph Fiedler



Prof. Dr. jur. Robert Schweizer



Jochen Wegner