

AUTORINNENPAPIER

Die Medienbranche in der (Corona-)Krise

07. Mai 2020

1. Medien in der Corona-Krise

Deutschland befindet sich im Ausnahmezustand. In der Corona-Krise zeigt sich, wie unerlässlich eine vielfältige Medienlandschaft für eine funktionierende Demokratie ist. Das umfassende Informationsangebot – von Berichten über die Ursachen und Folgen des Virus, über die Erläuterung von Schutzmaßnahmen für die BürgerInnen bis hin zur Abbildung der Auswirkungen auf gesellschaftliche Teilbereiche und der internationalen Dimension – hat sicher nicht unwesentlich zum bisher erfolgreichen Umgang mit der Krise hierzulande beigetragen.

Es wird deutlich, dass in unsicheren Zeiten das Bedürfnis nach verlässlichen und sorgfältigen Informationen steigt, während gleichzeitig die Verbreitung von Falschnachrichten und Verschwörungstheorien rund um Covid-19 zunimmt. Die WHO spricht gar von einer „massiven Infodemie“. Das verdeutlicht, dass Qualitätsjournalismus und Medienkompetenz gerade jetzt unverzichtbar sind.

Die journalistische Arbeit darf auch während der Krise nicht eingeschränkt werden, und das Recht auf freie Berichterstattung muss gesichert sein. Ihre Funktion als unabhängige Berichtersteller müssen Medien gerade in Krisenzeiten erfüllen. Umso schwerwiegender wirkt der Umstand, dass sie selbst von den Folgen der Corona-Krise betroffen sind. Doch die generelle Krise der Medien ist strukturell und beschäftigt uns seit Langem. Durch Corona wird die ökonomisch prekäre Lage der Medienbranche zusätzlich verschärft, weil die Werbeeinnahmen noch stärker wegbrechen.

Die Corona-Krise führt uns vor Augen, wie unterschiedlich die Medienunternehmen hierzulande auf Krisensituationen vorbereitet sind. Rückmeldungen aus der Branche ergeben ein ähnliches Bild wie in vielen anderen Bereichen: Kleinere Medienunternehmen kämpfen aufgrund geringer oder keiner Rücklagen viel härter mit den Umsatzeinbrüchen als große Medienunternehmen.

Einige Unternehmen kündigen an, unter derzeitigen Voraussetzungen – inklusive der branchenübergreifenden Liquiditätshilfen – nur noch wenige Wochen oder Monate von einer Insolvenz entfernt zu sein. Private Radio und TV-Unternehmen rechnen für das Jahr 2020 mit hohen Einnahmeverlusten. Bei kleineren Unternehmen dürfte dieser Verlust proportional größer ausfallen und sie zukünftig vor große Herausforderungen stellen. Finanziell zu schaffen machen den Rundfunkanbietern die hohen Fixkosten bei Produktion und Verbreitung ihrer Inhalte. Die aktuelle wirtschaftliche Situation in zahlreichen Medienhäusern bietet insgesamt Anlass zu großer Sorge. Unsere derzeitige Medienvielfalt ist gefährdet.

Doch nicht nur die Unternehmen sind betroffen, sondern auch ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die große Abhängigkeit privater Medienunternehmen von Werbeeinnahmen führt zu Stellenabbau und Umstellung auf Kurzarbeit, nicht nur, aber vorwiegend in den

Vertrieb- und Marketingbereichen der Unternehmen. Auch angestellte Journalistinnen und Journalisten werden inzwischen von Verlagen in Kurzarbeit geschickt. Schwerer noch trifft die Krise viele freie Medienschaffende, denen Aufträge wegbrechen und die oft sozial nur unzureichend abgesichert sind.

Eine vielfältige Medienlandschaft ist essentiell für eine gesunde Demokratie. Die Medien klären auf, sind kritischer Beobachter der Regierung und der Gesellschaft, sie sind Korrektiv und regen Diskurse an. Über das normale Maß hinaus erfüllen Medien in Krisensituation das gesteigerte Informationsbedürfnis der Bevölkerung. In den Corona-Verordnungen einzelner Bundesländer werden sie daher als systemrelevant eingestuft, allerdings nicht bundesweit. Da Medien aber in jedem Fall demokratierelevant sind, müssen JournalistInnen, wie Angehörige oder Beschäftigte einer grundsätzlich als systemrelevant eingestuften Berufsgruppe, (erleichterten) Zugang zur Kindernotbetreuung sowie bevorzugte Zuweisung von Schutzmasken erhalten.

2. Bewertung der bisherigen Maßnahmen der Bundesregierung

Die branchenunspezifischen Hilfsprogramme, die die Bundesregierung aufgelegt hat, gehen an der Realität und der besonderen Situation vor allem freier Medienschaffender vorbei.

Das Sozialschutz-Paket setzt im Kern auf einen erleichterten Zugang zur Grundsicherung. Naturgemäß greift es dort, wo Medienschaffende in unmittelbar existentielle Not geraten sind. Leistungen nach Sozialgesetzbuch II (SGB-II) sind jedoch nicht dazu da, Einkommenseinbußen zu kompensieren, die sich aufgrund einer vorübergehenden Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage ergeben.

Auch der Wirtschaftsstabilisierungsfonds ist für die Medienbranche weitgehend irrelevant. Diese ist mittelständisch geprägt und weist einen überdurchschnittlich hohen Anteil von Selbstständigen und Freiberuflern auf. Unternehmen, die vom Wirtschaftsstabilisierungsfonds profitieren wollen, müssen jedoch mindestens zwei von drei Kriterien erfüllen, nämlich mehr als 43 Millionen Euro in ihrer Bilanz haben, mehr als 50 Millionen Euro Umsatz im Jahr machen und/oder mehr als 249 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beschäftigen.

FreiberuflerInnen, Soloselbstständige und kleinere Unternehmen sind hier offensichtlich nicht angesprochen, denn das Programm richtet sich an große Unternehmen mit einer besonderen Bedeutung für die Gesamtwirtschaft, bei denen eine Beschäftigungskrise spürbare Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt hätte.

Durch das Hilfsprogramm für Soloselbstständige des BMWi stehen finanzielle Soforthilfen für Kleinstunternehmen und Soloselbstständige zur Verfügung, nämlich bis zu 9.000 Euro für drei Monate bei Unternehmen mit bis zu fünf Beschäftigten und bis zu 15.000 Euro bei bis zu 10 Beschäftigten. Ziel des Programms mit einem Programmvolumen von 50 Milliarden Euro ist die Bekämpfung akuter Liquiditätsengpässe.

Die Gelder werden über die Bundesländer ausgezahlt, die sie sich vom Bund erstatten lassen können. Häufig wurden die Verfahren mit den Förderprogrammen der Länder kombiniert, beziehungsweise auf diese abgestimmt. Während die Unkompliziertheit der

Beantragung und Ausschüttung viel gelobt wurde, wurden leider auch die Grenzen des Programms rasch deutlich.

Sein größtes Manko ist offenkundig, dass die Soforthilfe lediglich für den betrieblichen Sach- und Finanzaufwand des Antragstellers gedacht ist, etwa für gewerbliche Mieten oder sonstige nachweisbare laufende Belastungen. Während das beispielsweise für BetreiberInnen von Ladengeschäften eine adäquate Lösung sein mag, geht es an der Arbeitsrealität freiberuflicher Medienschaffender vorbei.

Freie JournalistInnen haben in der Regel keine hohen Betriebskosten, häufig nicht einmal ein eigenes Büro gemietet, sondern arbeiten vom heimischen Schreibtisch aus, kaufen zweimal im Jahr Toner und Papier für ihren Drucker und setzen in ihrer Steuererklärung 50 Prozent ihrer Handyrechnung ab (die nach Abzug des Anteils privater Nutzung verbleiben). Doch trotz der geringen Betriebskosten sind Soloselbstständige von der Corona-Krise schwer getroffen.

Aufgrund der Strukturprobleme der Branche wie chronische Unterfinanzierung, chronische Unterbezahlung von Selbstständigen und FreiberuflerInnen, fehlender kollektiver Verhandlungsmacht gegenüber VertragspartnerInnen und daraus resultierender fehlender Möglichkeit der Vorsorge für ökonomisch schwierige Zeiten, sowie oftmals keiner sozialen Absicherung, leben viele Medienschaffende von der Hand in der Mund.

Ein Wegfall oder ein drastischer Rückgang der laufenden Einnahmen resultiert nicht, wie bei anderen Unternehmen, in geringeren Gewinnen und einem Rückgang der Neuinvestitionen in das eigene Unternehmen, sondern führt unmittelbar zu einem Verlust von privatem Einkommen. In der Folge bedrohen ökonomische Krisen nicht nur das unternehmerische Geschäft, sondern unmittelbar die private Existenz.

Viele Medienschaffende stehen trotz ihrer hohen beruflichen Qualifikation unmittelbar vor dem Hartz-IV-Bezug, wenn ihre Einnahmen drastisch einbrechen. Zumal auch Nebentätigkeiten, denen viele Journalistinnen und Journalisten zur Existenzsicherung nachgehen, in Krisenzeiten schnell wegfallen.

Vor diesem Hintergrund ist es fatal, dass das einzige Bundesnothilfeprogramm, das für Soloselbstständige überhaupt in Frage kommt, nicht die Möglichkeit bietet, Einkommensausfälle zu kompensieren. Es zielt allein auf die Übernahme von Betriebskosten ab und bevorzugt damit solche Selbstständige, die notwendige Betriebsausgaben haben und nachweisen können. Während jeder Ladeninhaber Ausgaben für gewerbliche Miete ebenso geltend machen kann wie Strom- oder Heizkosten, sind Akteure, die primär von der Verwertung ihrer Nutzungsrechte leben, also von der Vermarktung geistigen Eigentums, dazu kaum in der Lage.

Die im Zusammenhang mit der Corona-Krise neu entfachte Debatte um ein bedingungsloses Grundeinkommen zeigt deutlich, dass es für die meisten Soloselbstständigen aus dem Kultur- und Medienbereich in erster Linie um die Absicherung ihrer persönlichen Existenz geht. Sinnvoll wäre es deshalb, statt eines Betriebskosten-Ersatzes eine Möglichkeit zu schaffen, Einkommenseinbußen zu kompensieren – und zwar unbürokratisch, ohne überbordende Nachweispflichten. Denn naturgemäß ist es fast unmöglich nachzuweisen, wie viel man individuell an Einkommen unter anderen Umständen hätte generieren können.

3. Unsere Forderungen

Auch wenn jetzt viel Geld verteilt wird, stehen Hilfsleistungen nicht unbegrenzt zur Verfügung. Kurzfristig braucht es unkomplizierte und branchenspezifische Hilfen für Medienunternehmen, ihre MitarbeiterInnen und freie Medienschaffende.

Auf Dauer wollen wir jedoch vor allem solche FreiberuflerInnen und Unternehmen unterstützen, deren Arbeit im Hinblick auf die mediale Vielfalt und die unabhängige Berichterstattung besonders wichtig ist.

Im Einzelnen schlagen wir folgende Maßnahmen vor:

Kurzfristig:

- Befristet bis Ende 2020 **Mittel für Infrastruktur- bzw. Verbreitungskosten** für privaten Rundfunk und Betriebskosten von Online-Medien sowie für Zustellkosten von Presseunternehmen bereitzustellen.
- Gemeinsam mit den Ländern **einheitliche gesetzliche Regeln zur Systemrelevanz des Journalismus** zu entwickeln, die für die im Beruf Tätigen einen Zugang zur Kindernotbetreuung, ein Recht auf Passierscheine, einen (erleichterten) Zugang zu Corona-Tests sowie ggf. zum Zweck der freien Berichterstattung modifizierte Ausgangsbeschränkungen sicherstellt.
- Eine ausreichende **Ausstattung der Medienschaffenden mit Schutzausrüstung** wie Atemschutzmasken, Gummihandschuhen und Desinfektionsmitteln sicher zu stellen, damit Vor-Ort-Recherche unter den gegenwärtigen Bedingungen möglich ist.
- Sicher zu stellen, dass im Rahmen der Soforthilfe ein **monatlicher Pauschalbetrag in Höhe der Pfändungsfreigrenze** – von 1.180 Euro – zur Deckung des Lebensunterhalts genutzt werden kann, indem dieser Betrag in die Liste der anrechenbaren Kosten in der Verwaltungsvereinbarung des Bundes mit den Ländern zu den Soforthilfen mit aufgenommen wird.

Langfristig:

- Für viele Medienschaffenden werden in der Krise die Kosten der sozialen Absicherung zum Problem. Versicherte in der Künstlersozialkasse zahlen, bezogen auf ihr Einkommen, derzeit dieselben Beitragssätze zur Renten- und Krankenversicherung wie fest angestellte Arbeitnehmer (9,3 Prozent bzw. 7,3 Prozent). Die Unternehmen, die freiberufliche Kreative beauftragen, zahlen nicht wie bei Normalarbeitsverhältnissen die andere Hälfte, sondern nur einen reduzierten Satz von derzeit 4,2 Prozent und auch nur auf ihre tatsächlich an Freiberufler gezahlten Honorare. Wir plädieren für eine **gerechte Angleichung der Beitragssätze von Auftraggebern und Auftragnehmern**. So könnten bei gleichbleibendem Bundeszuschuss die freiberuflichen Kreativen stärker unterstützt werden.
- Die **Einrichtung eines medienübergreifenden Förderfonds zur Stärkung der Medienvielfalt** zu prüfen. Die Entscheidung der Mittelverteilung könnte etwa über ein Gremium erfolgen, das staatsfern und politisch neutral zu besetzen ist mit a)

Medienexperten, b) Vertretern der freien Journalisten, c) Vertretern angestellter Journalisten, d) Vertretern gesellschaftlicher Gruppen aus unterschiedlichen sozialen Milieus. Das Design eines schlanken Entscheidungsprozesses könnte einem anerkannten Medieninstitut überlassen werden. Dieses Gremium sollte über die Mittelvergabe an Unternehmen anhand folgender Kriterien entscheiden:

- Eigene redaktionelle Inhalte machen mindestens 40 Prozent des Gesamtinhalts des Mediums aus.
- Bezahlung der angestellten MitarbeiterInnen mindestens nach Tarif.
- Unterzeichnung und Einhaltung der Regeln zur angemessenen Vergütung (nach § 36 UrhG) durch das Unternehmen.
- Die Schaffung von Rahmenbedingungen, die **langfristig gute Arbeitsbedingungen im Medienbereich** ermöglichen und insbesondere die Verhandlungsposition der freien Medienschaffenden rechtlich stärken.
- Die **Aufnahme von Journalismus als gemeinnützigen Zweck** in den Zweckkatalog der Abgabenordnung, um eine staatsferne Finanzierung journalistischer Arbeit durch private Stiftungen zu ermöglichen.
- Einsatz der Bundesregierung im Rahmen der Verhandlungen auf Ebene der Europäischen Union für eine **wirksamere Besteuerung großer Digitalkonzerne** und eine europäische Digitalkonzernsteuer mit, wie von der Kommission vorgeschlagen, breitem Anwendungsbereich.

Margit Stumpp MdB, Sprecherin für Medienpolitik

Tabea Rößner MdB, Sprecherin für Netzpolitik

Erhard Grundl MdB, Sprecher für Kulturpolitik

Kirsten Kappert-Gonther MdB, stellv. Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien

Katja Dörner MdB, stellvertretende Fraktionsvorsitzende