



Dietrich W. Thielenhaus

Für die SHK-Report-Leser nimmt der Autor, im Hauptberuf geschäftsführender Gesellschafter der seit 1986 in der SHK-Branche erfolgreichen Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (Wuppertal), in seiner regelmäßigen Kolumne „KLARTEXT“ aktuelle Themen, Probleme und Herausforderungen auf's Korn.

Offener Brief an die GEZ ...

Liebe GEZ,

schon bei dieser Anrede sträubt sich die Feder bzw. der PC. Sie sind nicht „lieb“. Dank intensiver Bemühungen haben Sie es geschafft, bei den Deutschen zum Inbegriff eines Roten Tuches zu werden. Es gibt hierzulande wohl keine andere öffentlich-rechtliche Institution, die sich so hoher Antipathie-Werte erfreut.

Seit vielen Jahren schikanieren Sie die Bundesbürger mit hirnrissigen Fragebögen und Kontrollbesuchen Ihrer erfolgsabhängig bezahlten Druckerkolonnen und Kopfgeldjäger. Wer hofft, Sie seien jetzt von der Bildfläche verschwunden, irrt. Sie haben sich nur ein neues Etikett aufgeklebt. Sie nennen sich jetzt auf den ersten Blick etwas sozialverträglicher, gleichwohl gewollt irreführend „ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice“. Sie mögen für vieles stehen, sicherlich aber nicht für Service.

Die jetzt von Ihnen eingeführte Zwangsabgabe setzt neue Maßstäbe für absurden Wildwuchs und dreiste Selbstbedienungsmentalität im öffentlich-rechtlichen Bereich. Es ist mehr als zynisch, dass nun auch blinde, taube und demente Menschen zur Kasse gezwungen werden. Das gilt ebenso für die Bürger, die ohne Computer, TV- und Radiogeräte auskommen. Gleichwohl werden Sie die neue Rundfunkabgabe mit allen verfügbaren Mitteln eintreiben. Dazu gehören nach Ihrem Verständnis Rasterfahndung, Datenabgleich, Hausbesuche und Pfändungen. Den Unternehmen bringt das neue System ebenso extreme wie unlogische Kostensteigerungen von bis zu 1.800 %, Kommunen sollen plötzlich bis zum 13-fachen mehr zahlen. Zu hoffen ist, dass die jetzt anlaufende Klagewelle diese Abzockerei stoppen wird. Letztlich dürfte Ihre Rasenmäher-Methode einer verfassungsmäßigen Überprüfung nicht standhalten.

Wie in Staatsbetrieben üblich, konzentrieren sich die Sender offensichtlich nicht aufs Sparen, sondern auf die Ausweitung ihrer Budget-Spielräume, obwohl erheblicher Handlungsbedarf für umfassende Kostenreduzierungen besteht. ARD und ZDF betreiben derzeit mit 26.600 Angestellten und über 100 Tochtergesellschaften 22 TV-Sender und 64 Radioprogramme. Zur musikalischen Erbauung dienen allein bei der ARD elf Orchester, vier Big Bands und fünf Chöre. Legendar sind die Ruhestandsbezüge, die z. B. der WDR seinen Mitstreitern eingeräumt hat. Auch beim Einkauf prominenter Moderatoren und großer Sportereignisse wird geklotzt und nicht gekleckert. Die Zahl der Mitarbeiter, die von den Olympischen Spielen in London berichtet haben, war mit 480 größer als das gesamte deutsche Olympia-Team.

Dass das im internationalen Vergleich einzigartige Jahresbudget von zuletzt 7,4 Mrd. Euro zu qualitativen Höhenflügen geführt habe, kann beim besten Willen nicht behauptet werden. Im Gegenteil: Wiederholungen und unterbelichtete Formate dominieren heute zunehmend die öffentlich-rechtliche TV-Realität. Kein Wunder, dass vielerorts die Auffassung vertreten wird, das deutsche Fernsehen sei eher schmerzengeldpflichtig als gebührenpflichtig.

Wenn Sie kriminelle Manipulationen wie massive Unterschlagungen und Betrügereien innerhalb der TV-Anstalten mit dem selben Ehrgeiz wie das Eintreiben von Gebühren verfolgen würden, hätten sich die inzwischen verurteilten Straftäter nicht so ungehindert bedienen bzw. schmieren lassen können.

Das gilt auch für die dubiosen „Product-Placement“-Aktivitäten, die – wie jeder Zuschauer weiß – nicht nur bei „Wetten, dass“ das Geschehen bestimmt haben. Bezahlte Schleichwerbung ist zur Selbstverständlichkeit geworden. Dagegen stehende Regeln und Vorgaben werden schlicht übersehen oder bewusst missachtet. Vor allem die Automobilindustrie nutzt dankbar die gebotenen Spielräume. Es ist sicherlich kein Zufall, dass bei den beliebten Rosamunde-Pilcher-Filmungen (ZDF) die guten Menschen stets in fabrikneuen Mercedes-Produkten durchs schöne Cornwall kutschieren. Noch raffinierter ist die ARD bei der Abendserie „Um Himmels willen“ vorgegangen. Hier haben „schlaue“ Drehbuchautoren den „Bürgermeister Wöllner“ in den ersten Jahren zum Besitzer eines Citroen-Autohauses gemacht. Mit dieser Schein-Legitimation hat man die entsprechenden Autos und das Firmenlogo bis über jede Schmerzgrenze hinaus großformatig ins Bild gerückt. Anzunehmen, dass hier nicht erhebliche Gelder auf unterschiedlichen Wegen an unterschiedliche Empfänger geflossen sind, wäre mehr als naiv.

Es wäre interessant, zu erfahren, wie viel Prozent der eingenommenen Gelder schon vom bürokratischen GEZ-Moloch selbst verbrannt werden. Kostengünstiger wäre zweifellos, die als Rundfunkgebühr getarnte Steuer konsequenterweise direkt von den Finanzämtern einziehen zu lassen.

Vielleicht hat Ihr geldgieriger Größenwahn aber auch etwas Gutes: Die aufgeklärten Bürger sind nicht länger bereit, sich von Ihnen nach Belieben „verwalten“ und abzocken zu lassen. Die sich erst allmählich erschließende Skandal-Dimension stellt Sie in den Brennpunkt der öffentlichen Aufmerksamkeit und Kritik. Und sie führt zu überfälligen Grundsatzfragen wie der nach der Existenzberechtigung öffentlich-rechtlicher Medien, die sich eigentlich nur noch durch das Privileg der Zwangsabgabe von den privaten Sendern unterscheiden.

Mit (un)freundlichen Grüßen

Dietrich W. Thielenhaus
Unternehmer

Wuppertal, im Januar 2013