

Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Band: - (1993)
Heft: 2

Vorwort: "Medien-Briefing Europa"
Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 01.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Medien-Briefing Europa»

Das Verhältnis der Schweiz zu Europa steht im Zentrum des öffentlichen Interesses. Auf verschiedenen Ebenen und aus verschiedenen Gesichtspunkten werden die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Vor- und Nachteile der Öffnung der Schweiz gegenüber Europa diskutiert.

Einen Spezialfall in dieser Diskussion bilden sicher die Medien, weil sich deren Ausgangslage von den anderen Bereichen der Wirtschaft und der Gesellschaft wesentlich unterscheidet:

Europa ist seit Jahren im Äther, in den Kabelnetzen und an den Kiosken präsent. Die Mediennutzer können aus einer kaum mehr überschaubaren Vielfalt von Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und Fernsehprogrammen auswählen und machen von diesen Möglichkeiten auch rege Gebrauch. In diesem Sinne ist ein einheitlicher grenzüberschreitender Wirtschaftsraum im Medienbereich bereits

realisiert. Trotzdem sind durch die Entwicklungen in der EU Änderungen zu erwarten.

Die *Internationale Vereinigung für Kommunikationswissenschaft IVK* hat sich in Zusammenarbeit mit der *Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft SGKM* die Aufgabe gestellt, mit einem *"Medien-Briefing Europa"* durch kompetente und prominente Referentinnen und Referenten an einer Tagung, die am 13. November 1992 in Bern stattgefunden hat, die aktuelle Situation sowohl aus dem europäischen wie auch aus dem schweizerischen Blickwinkel zu beleuchten.

Die Referate dieser Tagung im *Vorfeld der EWR-Abstimmung* werden in diesem Themenheft einer interessierten breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht, weil diese auch nach Ablehnung des EWR für die Mediendiskussion in der Schweiz von Belang sind.

Georg-Michael Luyken

Aktuelle Trends der europäischen Medienmärkte in Stichworten

Der Geschäftsführer der STUDIO L GmbH / LUYCOM RESEARCH in München skizziert im ersten Teil seines Beitrags die Kernpunkte der europäischen Medienentwicklung zwischen 1985 - 1992; im zweiten Teil erfolgt eine Bestandsaufnahme des Mediensektors als Wirtschaftskraft und seiner Marktstrukturen; im dritten Teil wird auf das zentrale Problem "Unternehmenskonzentration und publizistische Vielfalt" eingegangen und abschliessend werden einige Gedanken zur Gestaltung der Zukunft formuliert.

1. Europäische Medienentwicklung

Folgende Kernpunkte charakterisieren die europäische Medienentwicklung zwischen 1985 und 1990:

- **Technische Innovationen:** Schub durch Kabel, Satellit, VCR, Digitalisierung der Aufnahme-, Produktions- und Wiedergabetechnik, HDTV etc.: Heute werden 90 Fernseh- und 100 Hörfunkprogramme via 20 Satelliten über Europa ausgestrahlt.
- **Politische Liberalisierung:** neue Mediengesetzgebung in allen Ländern Europas sowie auf europäischer Ebene durch EG und Europarat.
- **Umbruch der Medienmärkte:** 1. Lokalisierung, Regionalisierung, Internationalisierung; 2. vom Anbieteroligopol zur Angebotsausdifferenzierung; 3. die neue

Konkurrenz und Komplementarität zwischen Print- und elektronischen Medien: Analogentwicklung des Fernsehmarktes zum Printmedienbereich.

2. Bestandsaufnahme 1992

2.1 Der Mediensektor als Wirtschaftskraft

Der Mediensektor lässt sich anhand folgender Kernzahlen grob umreissen:

- Jahresumsatz der weltweit 100 grössten Medienunternehmen: ca. DM 300 Mrd.;
- davon entfallen mit ca. DM 150 Mrd. 50% allein auf den audiovisuellen Sektor;