

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 35 (1983)
Heft: 15

Artikel: Via ECS-1-Satellit ins Pay-TV Geschäft
Autor: Jaeggi, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932397>

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: 18.04.2026

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

Via ECS-1-Satellit ins Pay-TV Geschäft

Nicht etwa Konzessionen fürs Pay-TV hat der Bundesrat am 6. Juli erteilt, sondern vorerst die Rahmenbedingungen dafür definiert. Darüber täuschen auch die drei Bewilligungen für lokale Pay-TV-Versuche in den Regionen Zürich und Solothurn nicht hinweg. Doch wenn nicht alles trägt, wird bald schon eine gemischtwirtschaftliche Betriebsgesellschaft – bestehend aus Rediffusion, SRG, Telesystems und Tel-Sat – Abonnementsfernsehen via den der Schweiz zugeteilten Kanal des ECS-1-Satelliten in die Kabelnetze einspeisen. Versuchsweise für sechs Jahre, wie es heisst; will doch der Bundesrat erst einmal die Bedürfnisfrage abklären. Der Bundesratsbeschluss über die versuchsweise Zulassung von Pay-TV wirft allerdings einige Fragen auf.

Nur zwei verantwortliche Betriebsgesellschaften – eine für die deutsche Schweiz, die andere für die Romandie – sollen nach dem Willen des Bundesrates vorerst Pay-TV-Programme ausstrahlen dürfen. Sie sollen der gleichen breitabgestützten Trägerschaft unterstehen, der alle Interessenten angehören müssen. Die Finanzierung des Betriebs mit Werbung oder Konzessionsgebühren wird abgeschlossen. Zur Kasse gebeten wird der Konsument, der Pay-TV wünscht. (In Zürich beispielsweise bezahlen die Abonnenten des Rediffusion-«Teleclubs» bei einem monatlichen Angebot von zehn Spielfilmen 28 Franken für diese Periode.) Das volle finanzielle Risiko liegt bei den Betreibern. Das Programm muss vorwiegend aus Spielfilmen bestehen, darf aber auch Kurzinformationen bringen. Bedenkt man, dass in Zürich nur ein verschwindend kleiner Prozentsatz der Rediffusions-Kunden auf den «Teleclub» abonniert ist, staunt man nicht schlecht über den Optimismus der zukünftigen Pay-TV-Veranstalter. Abonnementsfernsehen auf der Basis von Spielfilmen scheint in der Schweiz nicht unbedingt zum grossen Geschäft zu werden. Es wird es wohl umso weniger, als die Auflagen, die der Bundesrat vorsieht, den Spielraum sowohl in bezug auf Finanzierung wie Programmation arg einschränken. Das Staunen wird noch grösser, wenn man vernimmt, dass die Pay-TV-Programme über den kürzlich mit einer euro-

päischen Ariane-Rakete in Umlauf gebrachten ECS-1-Satelliten in die diversen Kabelsysteme eingespiesen werden sollen. Technisch besteht dazu überhaupt keine Notwendigkeit. Das terrestrische Richtstrahlssystem in der Schweiz ist für eine Versorgung der an die Kabelnetze angeschlossenen Agglomerationen durchaus genügend. Wozu denn der teure Umweg über Satellit?

Wozu denn überhaupt ein Satellit?

Vorerst wäre da ein technischer Grund zu erwähnen. Der ECS-1-Satellit ist für Telefonie und Datenübermittlung ausgelegt. Für einen Satelliten-Direktempfang über eine Hausparabolantenne sind seine Signale zu schwach. Sie müssen von einer Bodenstation verstärkt und über Richtstrahl weitergegeben werden. Da die schweizerischen Veranstalter die Option auf den ihnen angebotenen Kanal aufrechterhalten wollten – um beim Satelliten-Rundfunk von Beginn an mit dabei zu sein –, musste nach einer praktikablen Lösung gesucht werden. Die Kombination mit Pay-TV, einer (wie noch zu belegen sein wird bloss scheinbaren) Alternative zum SRG-Fernsehprogramm, bot sich an.

Bloss um eine vorhandene Kapazität zu nutzen, wären die Pay-TV-Veranstalter in spe indessen wohl kaum bereit, ein derart grosses finanzielles Risiko einzugehen. Was den Satelliten interessant macht, ist

sein Abdeckungsbereich, der weit über die Schweiz hinausreicht. Pay-TV nicht nur in der Schweiz, sondern auch im umliegenden Ausland – vorwiegend in der BRD – zu verkaufen und damit eine wesentlich günstigere Auswertung der gekauften Filmrechte zu erzielen, liegt in der Absicht wohl aller privaten Teilhaber an der jüngst gegründeten Schweizerischen Trägervereinigung für Abonnementsfernsehen (vgl. dazu auch Editorial in ZOOM Nr. 11/83). Und ebenso steht ihnen der Sinn nach mehr als nur der Verbreitung von Spielfilmen. Sie spekulieren ganz offensichtlich damit, die Übertragungsrechte für Grossereignisse des Sports, der Unterhaltung, aber auch der Musik exklusiv erwerben zu können und so mit einem attraktiven Programm viele Abonnenten gewinnen zu können. Dies wiederum würde den Pay-TV-Kanal zu einem attraktiven Umfeld für die Werbung werden lassen. Der Beschluss des Bundesrates, beim Pay-TV vorläufig keine Werbung zuzulassen, hat denn unter den meisten zukünftigen Veranstaltern auch keine Freude ausgelöst, um einmal nicht von Beeinflussungsversuchen im Vorfeld des Entscheides zu sprechen.

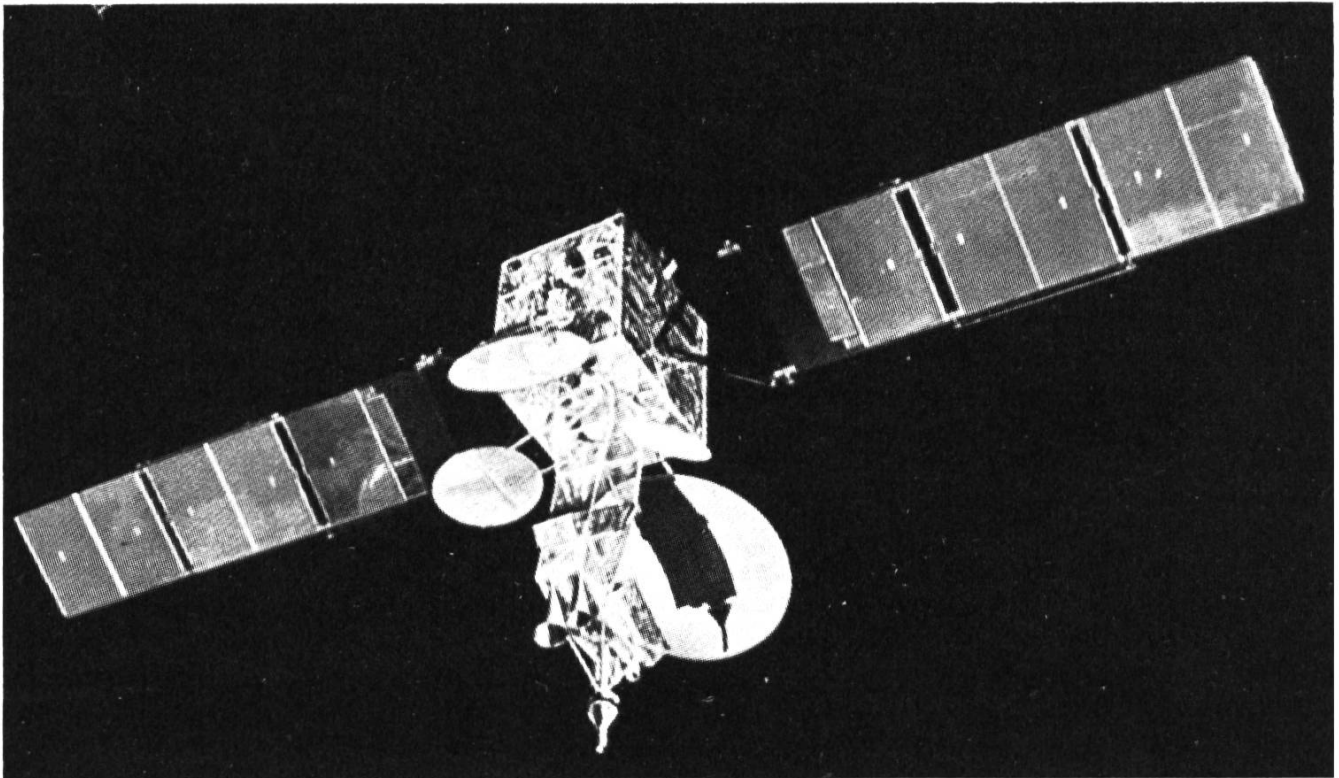
Dass keineswegs nur schweizerische Interessen im Spiele sind, wenn es darum geht, den Satelliten-Rundfunk (oder eben vielmehr das Abonnementsfernsehen) zu etablieren, zeigt ein Blick auf die Partner der geplanten Betriebsgesellschaft: Nur die SRG, die mit 15 Prozent beteiligt sein wird, kann als rein schweizerische Institution und zudem als Non-Profit-Unternehmen bezeichnet werden. Die Rediffusion, die mit 40 Prozent dabei ist, gehört zu ungefähr einem Drittel dem amerikanischen Medien-Multi ITT. Tele-systems (7,5 Prozent Beteiligung) wird nahezu vollständig von den USA aus kontrolliert. Die Tel-Sat (ebenfalls 7,5 Prozent Beteiligung) soll dereinst zu 45 Prozent britischer Kontrolle unterliegen. Die verbleibenden 30 Prozent sollen in den Besitz ausländischer Firmen gehen. Angesichts dieser Zahlen wirkt die Argumentation des Bundesrates, es gehe bei der Zulassung von Pay-TV darum, der Schweiz rechtzeitig einen angemessenen Platz zu sichern, doch reichlich abgegriffen.

Die Rolle der SRG

Rundum zufrieden erklärte sich SRG-Generaldirektor Leo Schürmann angesichts der jüngsten Medien-Beschlüsse durch den Bundesrat. Jetzt wisse man endlich, woran man sei. Dass es zur umfassenden Zufriedenheit gar keinen Grund gebe, rechneten ihm kurz danach die Kritiker aus allen Lagern vor, zumal was die 15-Prozent-Beteiligung der SRG am Pay-TV betrifft. Damit, sagten die einen, werde die Monopolstellung der SRG noch stärker ausgebaut. Damit, argumentierten die andern, verspiele sie ihre Eigenständigkeit und Unabhängigkeit, leiste einer Kommerzialisierung der Medien Vorschub und verletze unter Umständen ihren Programmauftrag.

Dass der Generaldirektor der SRG – einer der Hauptinitianten für das gemischtwirtschaftliche Modell übrigens – «den Schuh in die Türe halten will», damit sie der SRG nicht vor der Nase zugeschlagen wird, darf man ihm nicht verübeln; denn was sich mit dem Pay-TV in der Schweiz anbahnt, ist nichts anderes als eine zweite Fernseh-Programmkette, die – ohne die der SRG durch die Konzession auferlegten Auflagen einer Grundversorgung der Bevölkerung – mit einem attraktiven Unterhaltungsprogramm aufwarten kann. Sollte Pay-TV einmal eine entsprechende Verbreitung erfahren, und das wird mit der internationalen Verteilung des Angebots offensichtlich angestrebt, werden die nationalen, öffentlich-rechtlich organisierten Fernsehanstalten, die mit Gebühren finanziert werden, bei der Beschaffung von Ausstrahlungsrechten für gute Filme, grosse Sportveranstaltungen und internationale Unterhaltungssendungen nicht mehr konkurrenzfähig sein. Das aber wiederum bedeutet Zuschauerschwund und Verlust von Einnahmen aus der Werbung.

Eine weitere Gefahr droht: Falls die Pay-TV-Veranstalter mit der Zeit ein Programm anzubieten in der Lage sind, das die Unterhaltungsbedürfnisse der Konsumenten weitgehend zufriedenzustellen vermag, könnten unter Umständen viele Fernseher auf die Nutzung der SRG-Kanäle und damit auch auf die Bezahlung der Gebühren verzichten. Sollte dies



Nachrichten-Satellit der neuen Generation wie er zur Übermittlung von Fernseh- und Radioprogrammen, aber auch der Telephonie und Datenübermittlung dient.

rechtlich möglich sein, dies zu entscheiden wird dann wohl Sache der Gerichte sein, könnte die ohnehin nicht auf Rosen gebettete SRG finanzielle Einbussen existenzbedrohenden Ausmasses erleiden. Sie wäre dann wohl kaum mehr in der Lage, den ihr auferlegten Programmauftrag zu erfüllen, der unter anderem auch die angemessene Berücksichtigung der Minderheiten im gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Bereich vorschreibt. Dies nun wiederum hätte schwerwiegende Folgen für die Gewährleistung einer umfassenden Information als Entscheidungsgrundlage für den Bürger in der demokratisch organisierten Gemeinschaft.

Pay-TV in Europa keine Notwendigkeit

Ob die Beteiligung der SRG an der Betriebsgesellschaft (mit schwachen 15 Prozent) genügen wird, um bei der Beschaffung wichtiger Programmbestandteile wie Spielfilme, Sportübertragungen

usw. konkurrenzfähig zu bleiben, d. h. sich gewisse Vorrechte zu sichern, muss indessen bezweifelt werden. Vielmehr ist anzunehmen, dass sich der schwache Partner mit den Brosamen vom Tisch des Grossen, der Rediffusion nämlich, begnügen muss – falls Pay-TV tatsächlich jene Entwicklung vollzieht, die ihm die Optimisten voraussagen. Wichtiger als eine Beteiligung an der Betriebsgesellschaft wäre dann für die SRG, beim Bundesrat gewisse Zusatzklauseln bei der Konzessionserteilung für Pay-TV zu erwirken. Etwa diese, dass sportliche Anlässe und andere Grossereignisse nicht nur noch gegen Zusatzentgelt im Pay-TV zu erhalten sind und dass Vereinbarungen, die eine Berichterstattung der SRG über bestimmte Ereignisse ausschliessen, unstatthaft sind.

Abzuklären wäre ferner durch den Bundesrat, dem aus staatspolitischen Überlegungen an einer gesunden SRG liegen müsste, wie weit Pay-TV in Europa allgemein und in der Schweiz im speziellen überhaupt einem Bedürfnis entspricht. Im Gegensatz zu den Vereinigten Staaten, wo sich die grossen ausschliesslich werbefinanzierten Networks einen unerbittlichen Kampf um Einschaltquoten liefern und das werbefreie Pay-TV so etwas wie eine anspruchsvolle Alternative zu

den niveaumässig pitoyablen Programmen darstellt, bieten die öffentlichen Fernsehanstalten Europas im Schnitt ein recht vielfältiges und qualitativ ansprechende Programme an. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die Verbreitung von Spielfilmen, bei der keineswegs nur die gängigen Produktionen, sondern auch Zielgruppen- und Studiofilme, mitunter im Gegensatz zu den Kinos gar Filme aus der Dritten Welt ins Programm aufgenommen werden.

Wie überflüssig Pay-TV im Grunde genommen ist, wies Ruth Wysser in der «Basler Zeitung» einschlägig nach: Ihre Untersuchung über den Pay-TV-Versuchsbetrieb «Teleclub» in Zürich zeigt, dass rund zwei Drittel der Filme, die dort angeboten werden, auch beim Fernsehen DRS bereits gezeigt wurden oder unmittelbar vor der Ausstrahlung stehen. Das exklusive «Teleclub»-Drittel besteht aus Filmen, deren Niveau für die SRG inakzeptabel ist. Werden auch ARD, ZDF und ORF berücksichtigt, sinkt der exklusive Anteil im Pay-TV gar auf einen Fünftel. Ob es sich dafür lohnt, eine zumindest im jetzigen Zeitpunkt recht hohe Abonnementsgebühr zu bezahlen, haben die Rediffusions-Kunden eindeutig beantwortet: Nur ganze fünf Prozent sollen dem

Vernehmen nach vom neuen Dienst ihres Kabelverteilers Gebrauch machen.

So ist denn, wie bereits angedeutet, nicht auszuschliessen, dass die hohen Erwartungen ins Abonnements-Fernsehen gehörig zurückgesteckt werden müssen, zumal in der Bundesrepublik Deutschland, wo sich nach Auffassung der zukünftigen Pay-TV-Veranstalter der aussichtsreichste Markt für einen Programmverkauf dieser Art abzeichnet – die Verkabelung der Grossagglomerationen nur wenig fortgeschritten ist. Zudem formiert sich dagegen je länger je mehr eine unüberhörbare Opposition aus der Bevölkerung, deren Ansichten in einem krassen Gegensatz zu den optimistischen Verlautbarungen des BRD-Postministers Schwarz-Schilling stehen.

Das sind, glaube ich, alles in allem genug Gründe, um eine breite Vernehmlassung durch den Bundesrat – wie sie ja schliesslich auch bei Tel-Sat, den Lokalrundfunk-Gesuchen und beim Teletext in die Wege geleitet wurde – zu rechtfertigen. Medienpolitik und Medienentwicklungen dürfen in einem demokratischen Staatswesen nicht zur privaten Sache einiger weniger Entscheidungsträger werden.

Urs Jaeggi

Pfeile und Ziele

Aspekte des chinesischen Spielfilms von 1930 bis heute (Fortsetzung und Schluss)

II 1949–1982

1. Film in der Volksrepublik China

Mit der kommunistischen Machtergreifung ändern sich alle Gegebenheiten. Von diesem Moment an ist die dem Film zugewiesene Rolle von zwei Prinzipien bestimmt, nämlich sich der politischen Ordnung zu fügen und sich in erster Linie an «Bauern, Arbeiter und Soldaten» zu richten. Das erstere macht aus dem Film ein in den Staatsapparat integriertes Bildungsmittel, eine Propagandawaffe in

den Händen der Partei; letzteres umreisst sein Zielpublikum, die – hauptsächlich bäuerlichen – «Volksmassen». Das ist, soziologisch gesehen, ein neues Publikum in stetem Wachstum, ideologisch gesehen aber eine präzise Kategorie, der entsprechend das künstlerische Vorgehen determiniert ist.

Zur gleichen Zeit wird, aus einleuchtenden politischen und philosophischen Gründen, der Realismus zur einzig möglichen Ästhetik erklärt. Dabei handelt es sich um jene strikte Form von Sozialistischem Realismus, die während der zwan-