Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 38 (1986)
Heft: 1

Artikel: Fernsehzukunft mit gebremsten Schaum
Autor: Meier, Urs
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-931316

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: 09.12.2025

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

Urs Meier

Fernsehzukunft mit gebremstem Schaum

Ende letzten Jahres gab der spektakuläre «Inter Media Congress» in Hamburg Gelegenheit, hauptsächlich wirtschaftliche Einschätzungen und damit verbundene politische Konzepte der Medienzukunft in der Ersten Welt kennenzulernen. Die dort vorgetragenen ökonomischen und mediensoziologischen Untersuchungsergebnisse sind für Befürworter freier und expandierender Medienmärkte jedoch keineswegs beflügelnd. Der folgende Beitrag legt den Akzent auf die Desillusionierung der buchstäblich hochfliegenden Fernsehpläne für Europa.

Die gigantische Konferenzmaschine in Hamburg ist kein Kongresszentrum, sondern ein Congress Centrum und gibt den passenden Rahmen ab für Veranstaltungen vom Kaliber eines «Inter Media Congress Hamburg '85». Zahl der Teilnehmer, Prominenz der Referenten, Höhe der Konferenzgebühr, Umfang des Organisations- und Repräsentationsaufwands: alles nur in Superlativen zu fassen! Der «IMC '85» war von seinen Veranstaltern (Industrie, Verlage, Medien- und Werbeunternehmen sowie Hansestadt Hamburg) zweifellos als beflügelnder Auftakt zum endlich anbrechenden neuen Medienzeitalter gedacht. Doch der Funke der Begeisterung wollte nicht recht zünden. Unter den über siebenhundert Teilnehmern waren sehr viele, die derartige «Congresse» mittlerweile als Pflichtübungen über sich ergehen lassen. Mit symptomatisch exzessiver Lautstärke eröffnete ein Videosignet jeweils die Plenarveranstaltungen. Für einen inhaltlich möglichst stimulierenden Auftakt hatte man John Naisbitt geholt, den Techno-Guru aus den USA. In Naisbitts Sicht des gesellschaftlichen Wandels hat der freie Markt die unbeschränkte Fähigkeit, alles zu assimilieren und so jeden Umbruch zum besten der Gesellschaft gedeihen zu lassen. Seine unerschütterliche Marktgläubigkeit gipfelte in dem (gar nicht ironisch gemeinten) Satz: «Sie werden herausfinden, dass ein nuklearer Krieg für das Geschäft schlecht sein wird.» Und deshalb werde die grosse Vernichtung unterbleiben.

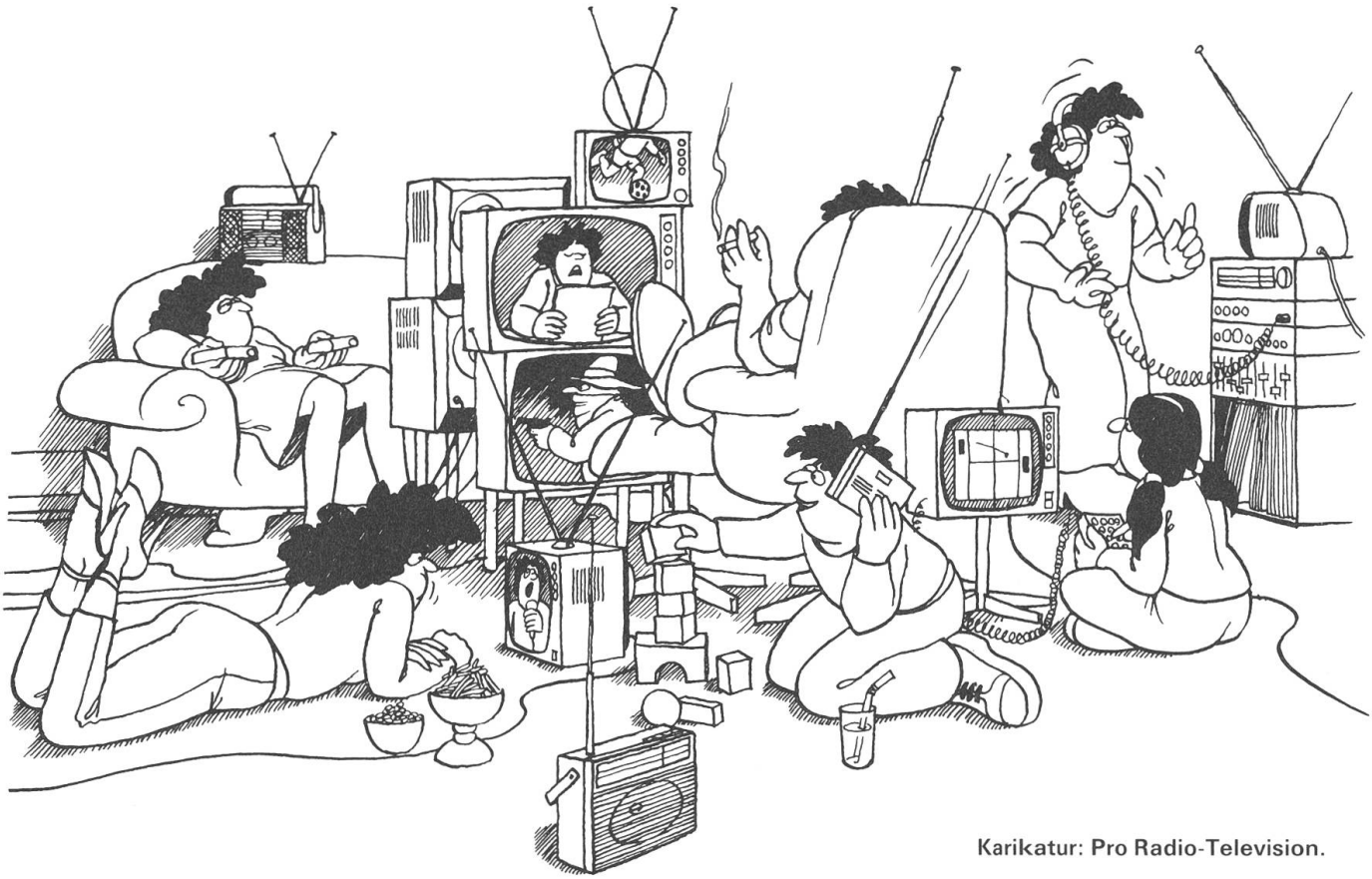
Erfreulicherweise bot dann aber ein bedeutender Teil der Referate und Statements der aus aller Welt angereisten Experten nüchterne Information und sachliche Diskussionsbeiträge. Ganz am Rand waren sogar Ansätze zu selbstkritischer Prüfung der eigenen Prämissen festzustellen.

Inkonsequentes Marktdenken

Solche Äusserungen unabhängigen und unbestechlichen Denkens mussten sich gegen eine thematische Struktur behaupten, die einseitig vom Marktdenken geprägt war. Sie zeigte sich deutlich in der Reihenfolge. Als erstes war ausführlich von technischen Entwicklungen die Rede, dann ging es um Akzeptanz und Marktchancen neuer Angebote, ferner um die Anpassung der politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Am Ende der Überlegungen kamen dann Programmfragen, Nutzerbedürfnisse sowie kulturelle und soziale Folgeprobleme noch knapp ins Gesichtsfeld. Auch die an vielen Stellen auftauchenden Zweifel am Realitätsbezug der hochfliegenden Pläne vermochten den grundlegenden Ansatz nicht zu erschüttern, wonach die gesellschaftliche Kommunikation in erster Linie ein wirtschaftlich zu erschliessender Markt sei.

In der politischen Anwendung zeigt sich das Marktdenken allerdings keineswegs konsequent. Die Anbieter privater Rundfunkprogramme pflegen vom Staat eine wettbewerbspolitische Privilegierung zu fordern mit der Begründung, sie hätten sonst gegen die etablierten öffentlich-rechtlichen Anstalten keine echte Startchance. So haben das deutsche Verleger-Fernsehen «SAT 1» und der medienpolitisch ambitionierte «Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger» (BDZV) kürzlich heftig eine politische Besserstellung im wirtschaftlichen Wettbewerb mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gefordert.

Elke Halefeldt (Media Perspektiven 10/85, S. 721–726) analysierte die dabei verwendeten Argumentationen und stellte fest, dass das ursprüngliche Postulat nach gleichberechtigter Konkurrenz im Interesse der Programmvielfalt verdrängt worden ist von der Forderung nach einer Überlebensgarantie für die Privaten. Der Ruf nach einem freien Markt ist also kein primäres, sondern ein abgeleitetes Interesse. Sind die wirtschaftlichen Erfolgsaussichten (scheinbar) intakt, so wird bevorzugt mit der freiheitlichen Qualität eines unbehinderten Marktes argumentiert. Ist die Rentabilität gefährdet, so versuchen die Unternehmen ihr eigenes Überleben zum massgeblichen politischen Ziel zu machen, dem alles andere unterzuordnen ist.



Karikatur: Pro Radio-Television.

Höhenflüge ohne Passagiere

Die Besorgnis der risikofreudigen Unternehmen im Medienbereich ist begründet. In Hamburg wurden verschiedene Untersuchungen über die Akzeptanz neuer Medien präsentiert. Sie zeigen übereinstimmend, dass hauptsächlich zwei Bedingungen erfüllt sein müssen, damit neue Systeme sich am Markt durchsetzen können:

- Sie müssen für den Nutzer in Anschaffung und Betrieb billig sein.
- Sie müssen unterhaltend sein und/oder Informationsbedürfnisse wesentlich besser und komfortabler befriedigen als bisherige Systeme.

An diesen beiden Bedingungen ist *Videotex* bisher in den meisten Ländern gescheitert. Der Telefon-Bildschirmtext ist einerseits teuer, andererseits leistet er bis jetzt wenig, was nicht auf anderen Wegen praktisch ebensogut abgewickelt werden kann (das meiste ist auch mit dem Telefon zu machen). Die Zahl der Personen, die auf die wenigen Videotex-spezifischen Anwendungen soviel Wert legen, dass sie dafür erhebliche Kosten auf sich nehmen, ist gering. Sie reicht nicht, um dem System zum Durchbruch zu verhelfen.

Mit ganz ähnlichen Problemen dürfte die Verbreitung neuer Fernsehprogramme über Satelliten zu kämpfen haben. *Direktstrahlende Rundfunksatelliten* (DBS) könnten im Prinzip von jedem Nutzer mit einer privaten Parabolantenne empfangen werden. Die Kosten einer solchen Anlage werden bei mindestens zweitausend Franken liegen. In den USA heisst es deswegen heute, mit DBS sei kein Geschäft mehr zu machen. In den nächsten vier Jahren sollen nur die Hälfte der angemeldeten Rundfunksatelliten gestartet werden, und es gibt auch so noch ein Überangebot an Transpondern (Empfangs- und Abstrahleinheit auf dem Satelliten für ein Programm).

Die Kostenfrage ist bei zusätzlichen Programmen entscheidend für die Akzeptanz. Deshalb warnen Fachleute davor, die Kosten von der Sender- auf die Empfängerseite abzuwälzen. Vielmehr müsse der Hauptaufwand vom Sender getragen werden – ein Prinzip das übrigens auch technisch vorteilhaft ist. Das würde entweder für Rundfunksatelliten mit möglichst hoher Leistung sprechen oder für eine Kombination von Satellit und Kabelnetz.

Die *Verkabelung* gilt hauptsächlich deswegen als wichtigste Vorbedingung für die Durchsetzbarkeit neuer Programme. Damit aber steht es, betrachtet man ganz Westeuropa, eher schlecht. Lediglich neun Prozent der Haushalte verfügen über einen Kabelanschluss, wobei die meisten zu einem Mini-Netz mit weniger als 50 Teilnehmern gehören. Zum Vergleich: In den USA steht die Anschlussquote

bei 44 Prozent. Die Verkabelungsdichte lässt sich in Europa in den nächsten zehn Jahren verdoppeln, wenn allein dafür jährlich drei bis vier Milliarden Franken investiert werden.

Die wichtigste in Hamburg vorgestellte Studie (eine Analyse der Medienmärkte in 17 europäischen Ländern, USA, Canada, Japan, Australien und Brasilien) veranlasste den Leiter der Untersuchung, Professor *George Wedell* vom Europäischen Medieninstitut in Manchester, für das Jahr 2000 in den Ballungsgebieten Europas lediglich mit einem Gesamtangebot von zehn bis 15 Fernsehprogrammen zu rechnen. Ein anderer Experte, *Patrick J. H. Whitten* von Communications and Information Technology Research in London, liess sich gar zur Feststellung herbei: «Es ist nicht sicher, ob es in Europa einen Markt für Satelliten-Kabelfernsehen gibt.»

Wie dem auch sei: Von 100 Programmen aus der Steckdose und ähnlichen Paradies- oder Schreckbildern ist nicht mehr die Rede. Eher spricht man von Spartenprogrammen, die hinzukommen könnten; und zwar europaweit höchstens je eines oder zwei für News, Sport, Spielfilm, Show, Kultur und Bildung.

Regelung oder Deregulation

In einem Punkt scheint es zwischen Förderern und Kritikern kommerzieller Fernsehprogramme Einigkeit zu geben: Die Qualität des zukünftigen Fernsehangebots hängt von politischen Entscheiden ab.

Auf der einen Seite stellt man sich darunter die politische Deregulation vor. Die Europäische Gemeinschaft verfolgt unter der Parole «Fernsehen ohne Grenzen» (so der Titel des 1984 von der EG-Kommission vorgelegten umfangreichen Dokuments «Grünbuch über die Errichtung des gemeinsamen Marktes für den Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel») eine Politik der Befreiung des Marktes von beengenden nationalen Vorschriften. Eines der wichtigsten Motive dafür dürfte die Stärkung der europäischen Medienunternehmen gegen die internationale Vormachtstellung der USA auf diesem Gebiet sein. Diese Politik wird immer wieder mit der These legitimiert, ein möglichst freier Markt biete auch kleinen Anbietern echte Chancen.

Um zu sehen, wie fragwürdig diese Behauptung ist, braucht man nur den einzigen deregulierten Medienmarkt Europas zu betrachten. Nachdem das Verfassungsgericht in *Italien* im Jahr 1976 das Monopol der staatlichen Rundfunkanstalt RAI für den lokalen Bereich für nichtig erklärt hatte, begann ein gänzlich ungeregelter Wildwuchs von privaten Radio- und Fernsehstationen. Die Fernsehsender umgingen mit einem Trick das Verbot der landesweiten Vernetzung der Lokalstationen und machten der RAI mit Billigprogrammen Konkurrenz. Das Ergebnis ist heute eine geschwächte, starkem Anpassungsdruck ausgesetzte RAI und ein neues Monopol im Bereich des Privatfernsehens in der Hand des Baulöwen Berlusconi (der inzwischen bereits in Frankreichs Fernsehszene kräftig mitmischt/vgl. ZOOM 23/85, S. 1). – Härter könnte die Desavouierung der Theorie von den Chancen der Kleinen auf deregulierten Märkten kaum ausfallen.

Das in diesem Zusammenhang oft genannte *England* ist gerade *kein* Beispiel für Deregulation. Im Gegenteil. Die seit 1954 neben der öffentlichen BBC zugelassene private ITV (Independent Television) untersteht klaren gesetzlichen Beschränkungen und einer strikten Kontrolle. Die vom Innenminister ernannte zwölfköpfige Independent Broadcasting Authority (IBA) überwacht mit Hilfe einer Verwaltungsinstitution von 1200 Mitarbeitern Programme und Werbung der ITV und sorgt für die Ausstrahlung der ITV-Programme. Die IBA, die nicht vom Staat, sondern von der ITV finanziert wird, erteilt den in der ITV zusammengefassten privaten Programmanbietern die Sendelizenzen. Sie hat von ihrer Kompetenz, Lizenzen zu entziehen, auch schon Gebrauch gemacht. Seit 1982 ist die ITV zudem durch Gesetz verpflichtet, den von der Regierung als komplementäres Programm ins Leben gerufenen «Channel Four» zu finanzieren. – Das ist alles andere als Deregulation und entspricht keineswegs dem, was private Anbieter etwa im deutschen Sprachraum anstreben!

Deregulation ist ein Schlagwort der Reagan-Regierung. Es bezeichnet in deren Sprachregelung unter anderem den empfindlichen Abbau von Bundeszuschüssen an das «Public Broadcasting System» (PBS). PBS ist ein Bildungs- und Minoritätenprogramm, das unter Präsident Johnson 1967 gesetzlich verankert wurde und die Tradition des «Educational Television» weiterentwickelte. PBS war jedoch im gänzlich freien amerikanischen Rundfunkmarkt nie ein massgeblicher wirtschaftlicher Faktor. Deshalb ist auch seine Demontage keine «Deregulation» des Marktes. Vielmehr ist PBS einfach mitbetroffen von einer allgemeinen Politik des Abbaus von Sozial- und Bildungsausgaben, die mit einer allgemeinen Deregulationstheorie gerechtfertigt wird. Medienpolitisch ist mit dem Begriff nichts anzufangen. Im Interesse einer transparenten Dis-

kussion um die fälligen Entscheide sollte auf die in mehrfacher Hinsicht fragwürdige Übernahme der Deregulationstheorie verzichtet werden.

Aktualität der Medienpolitik

Die oft gehörte Meinung, Politik sei gegenüber der Medienentwicklung machtlos, ist falsch. Gerade die Promotoren neuer Programme und neuer Medien bestätigen es mit ihrem energischen Einsatz auf der politischen Bühne. Die Weichenstellungen in der Gesetzgebung gehören zu den entscheidenden Faktoren der weiteren Entwicklung. Die Instrumente der Lenkung sind dabei im wesentlichen:

- die Entwicklung einer Gesamtschau, die es erlaubt, neuen Angeboten und Systemen einen Platz anzuweisen,
- Programmvorschriften, die den Veranstaltern generell oder spezifisch auferlegt werden,
- Rahmenbedingungen für die Finanzierung, u. a. in Form von Werbebeschränkungen,
- Kontrollinstanzen und -verfahren,
- Organisatorische Vorschriften sowohl für die innere Struktur der Veranstalter wie auch für deren Rückbindung an gesellschaftliche Gruppen.

Solche Regularien sind kein schmückender Firlefanz, wie manche Wirtschaftsvertreter und Politiker gelegentlich suggerieren. Es sind vielmehr lenkende und strukturierende Instrumente, die es so oder anders ohnehin braucht. Es kommt sehr darauf an, wie sie beschaffen sind. ■

Film im Kino

Franz Ulrich

Der schwarze Tanner

Schweiz/BRD/Österreich 1985.
Regie: Xavier Koller
(Vorspannangaben s. Kurzbesprechung 85/11)

Meinrad Inglin (1893–1971), der mit Werken wie «Die Welt in Ingoldau» (1922), «Die graue March» (1933), «Schweizerspiegel» (1938), «Werner Amberg» (1949) und weiteren Romanen und Erzählungen zu den bedeutendsten Schweizer Schriftstellern dieses Jahrhunderts gehört, hat die Geschichte «Der schwarze Tanner» während des Zweiten Weltkriegs geschrieben und sie 1947 in «Die Lawine und andere Erzählungen» veröffentlicht. Inglin erzählt in dieser «Michael Kohlhaas»-Geschichte, wie sich der Innerschweizer Bergbauer Kaspar Tanner in den Jahren 1941/42 der planwirtschaftlich verordneten Anbauschlacht («Plan Wahlen»), mit der in einer kriegsbedingten Notzeit die Nahrungsmittelversorgung der Bevölkerung sichergestellt werden soll, hartnäckig widersetzt. Tanner pocht uneinsichtig auf seine allerpersönlichsten bäuerlichen Rechte, missachtet alle behördlichen Mahnungen und wird schliesslich, weil er die Bussen nicht bezahlt und sich des Schwarzhandels schuldig macht, mit Gewalt ins Gefängnis gesteckt, wo er in einem langen inneren Prozess zum Verständnis der berechtigten Forderungen der Gemeinschaft, des Staates findet.

Die vielgerühmte Anbauschlacht im Zweiten Weltkrieg gilt als «Symbol des Durchhaltens und der nationalen Bewährung», die «darüber hinaus das Bewusstsein von der Schicksalsgemeinschaft des ganzen Schweizervolks vertieft» hat (Historiker Edgar Bonjour). Aber dieser staatlich verordneten Anbaupflicht wurde nicht nur willig oder gar begeistert nachgelebt, es gab auch Widerstand dagegen. So kam es 1942 zu einem Bauernaufstand in Steinen (SZ), und allein im Kanton Schwyz gab es 1500 aktenkundig gewordene Fälle von Anbauverweigerung oder Schwarzhandel, die Inglin zur Geschichte «Der schwarze Tanner» verdichtete. Wie Beatrice von Matt in ihrer grossartigen Inglin-Biografie (Zürich 1976) berichtet, war die Anregung dazu von der «Zentralstelle für Kriegswirtschaft» in Schwyz ausgegangen, die Inglin auch mit den Unterlagen dokumentiert hatte.

Während die Anbauschlacht dazu führt, dass auf der Zürcher Sechseläuten-Wiese Kartoffeln (Gumul in Tanners Innerschwyzer Dialekt) angepflanzt werden, sollen auch die Bergbauern ihren Beitrag leisten, indem sie von der Viehzucht und Milchwirtschaft teilweise auf Ackerbau umstellen. Der Bergbauer Kaspar Tanner ist damit nicht einverstanden. Er bewirtschaftet mit seiner Frau, seinem Sohn Jakob, der die meiste Zeit Aktivdienst leisten muss, und der 15jährigen Lena das stotzige Heim Gschwend in der Gemeinde Unterschwand. Die ältere Tochter dient als Magd bei einer städtischen Herrschaft. Tanner weiss aus seiner langjährigen Erfahrung, wie er seinen Hof am besten zu bewirt-