Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1993)

Heft: 2

Artikel: Das Fernsehen in Europa

Autor: Münch, Jean-Bernard

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790881

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: 12.07.2025

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

Jean-Bernard Münch

Das Fernsehen in Europa

Der Generalsekretär der European Broadcasting Union (EBU) in Genf befasst sich im folgenden aus der Perspektive seiner eigenen Organisation mit den aktuellen Tendenzen auf den europäischen Fernsehmärkten. Bei dieser Organisation handelt es sich um eine Union nationaler "public service" Hörfunk- und Fernsehanstalten, die im kommenden Jahr um die Rundfunkanstalten in den neuen Demokratien Osteuropas erweitert werden wird.

1. Das europäische Fernsehen in einer Welt des Wandels

Die europäischen Fernsehmärkte von heute sehen sich einer ***neuen Situation*** gegenüber, die durch aufbrechende öffentliche Sendemonopole, wachsenden Konkurrenzdruck durch kommerzielle Kanäle, neue gesetzliche Rahmenbedingungen auf nationaler und europäischer Ebene, zunehmende Medienkonzentration, neue Quellen für die Rundfunkfinanzierung und die Auswirkung grenzüberschreitender Kanäle geprägt ist. In einigen europäischen Ländern haben neue Rundfunkgesetze die rasche Expansion von Kabelnetzen ermöglicht, was wiederum die internationale Ausbreitung von nationalen Rundfunkanbietern begünstigt hat.

Diese Entwicklung ist durch zwei ***neue juristische Instrumente*** untermauert worden, und zwar durch die Konvention des Europarats über grenzüberschreitendes Fernsehen und durch die ***Richtlinie "Fernsehen ohne Grenzen"*** der Europäischen Gemeinschaft. Die durch diese Konvention und Richtlinie angestrebte Harmonisierung der Regeln für die Ausstrahlung von Fernsehprogrammen erstreckt sich im wesentlichen auf die Freiheit des Empfangs und der Ausstrahlung, auf die Freiheit des Angebots grenzüberschreitender Fernsehdienste, auf Regeln für Werbung und Sponsoring im Fernsehen, auf die Förderung der Produktion und Verbreitung von Fernsehprogrammen und hier speziell auf Quoten für europäische und unabhängige Produktionen.

Heute rivalisieren die Programmanbieter auf nationaler und internationaler Ebene um Werbe- und Sponsoreinnahmen, um Übertragungsrechte und Programmaterial. Im Bestreben, die ***Wettbewerbsfähigkeit*** der Programmanbieter zu intensivieren und einen unabhängigen europäischen Produktionssektor zu stärken, wurde dem ***Markt*** eine grössere Rolle als bisher zugewiesen. Die öffentlichen Sendeanstalten werden durch diese Tendenzen beeinflusst und durch steigende Kosten gezwungen, nach ***Einsparungsmöglichkeiten*** zu suchen und ein mehr kommerziell geprägtes Konzept für ihre Aktivitäten zu entwickeln.

Auch die ***Liberalisierung des Fernmeldesektors*** hat die Wahlmöglichkeiten der Programmanbieter bei der Verbreitung ihres Programmaterials erweitert. Sie können auf einen internationalen Markt für Satellitenkapazitäten zurückgreifen; einige betreiben bereits ihre eigenen Bodenstationen, zum Beispiel für den Austausch von Programmen im Rahmen der Eurovision oder für die Nachrichtenbeschaffung per Satellit. Die wichtigste treibende Kraft hinter diesem Trend ist ebenfalls die EG-Kommission, die zur Zeit ein gemeinsames Konzept auf dem Gebiet der ***Satellitenkommunikation*** als unverzichtbares Element für die Schaffung eines europäischen Audiovisionssektors erarbeitet.

Im Bereich der bodengestützten Infrastruktur, der raumgestützten Komponenten und der einschlägigen Anbieter einschliesslich des Direktvertriebs von Satellitenkapazität an die Endverbraucher wird ein freier Markt entstehen, der mit einer Harmonisierung zur Förderung europaweiter Rundfunkdienste verbunden ist.

2. Die Medienkonzentration

In der EG, im Europäischen Parlament und im Europarat wächst die Besorgnis über die ***Konzentration auf dem Mediensektor.*** Multinationale Multimediakonzerne könnten die Vielseitigkeit der Programme, die politische und kulturelle Vielfalt und die redaktionelle Unabhängigkeit gefährden. Die Europäische Gemeinschaft hat sich die Kompetenzen für eine ***Konzentrationskontrolle*** geschaffen, und das Europäische Parlament hat die Ansicht geäussert, dass eine Begrenzung der Konzentrationen nicht nur vom wirtschaftlichen Standpunkt aus wünschenswert sei, sondern auch um den Pluralismus und die Meinungsfreiheit zu garantieren.

Das bedeutet aber auch, dass Programmanbieter vermehrt dem ***Wettbewerbs- und Kartellrecht*** unterliegen. Auf europäischer Ebene wird die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen den Rundfunkanstalten - zum Beispiel das Eurovisionssystem - von den EG-Behörden einer eingehenden Prüfung unterzogen; das gleiche gilt für europäische Joint-Venture-Unternehmen wie Eurosport.

Die horizontale und vertikale Konzentration bzw. die ***multimediale und multisektorielle Integration*** - von denen der europäische Markt herausragende Beispiele aus Europa selbst und aus dem aussereuropäischen Ausland zu bieten hat - sind Mittel und Wege, mit denen Mediengruppen angesichts des bevorstehenden europäischen Binnenmarkts ihre Marktpositionen konsolidieren und erweitern, um sich auf den kommenden Wettbewerb vorzubereiten. Das wird Programmanbieter in ***kleineren Ländern*** vor eine fast unlösbare Aufgabe stellen.

3. Das duale System

Auf dem heutigen europäischen Markt hat der Aufstieg des kommerziellen Rundfunks zum Aufbau einer ***dualen Senderstruktur*** geführt, in der beide Sektoren - das heisst die öffentlichen und die kommerziellen Anbieter - nebeneinander existieren. In dieser dualen Struktur, die sich allmählich herausgebildet hat, wirkt sich der kommerzielle Rundfunk auf die öffentlichen Rundfunkanstalten aus, vor allem im Hinblick auf die ***Finanzierungsquellen***. Die öffentlichen Anstalten sind der Ansicht, dass die finanziellen, organisatorischen und technischen Voraussetzungen geschaffen werden müssen, damit sie auch künftig die Grundversorgung sicherstellen können. Dieses duale Rundfunkmodell wird von internationalen Gremien wie dem Europäischen Ministerrat und dem Europäischen Parlament massiv unterstützt.

4. Die Finanzierung

Im Rahmen des dualen europäischen Systems finanzieren sich die Programmanbieter entweder aus einer Kombination von Gebühren und kommerziellen Einnahmen oder ausschliesslich aus Gebühren oder ausschliesslich aus kommerziellen Einnahmen. Die potentiellen Einnahmen aus ***Rundfunkgebühren*** sind inzwischen an eine Obergrenze gestossen, da praktisch alle Haushalte heutzutage ausgerüstet sind; ausserdem sind die politischen Widerstände gegen Gebührenanhebungen nur zu gut bekannt.

Öffentliche Rundfunkanstalten teilen sich einen wachsenden Anteil der kommerziellen Einnahmen, aus ***Sponsoring, Kompensationsgeschäften, Produktplazierungen***. Aber während sie häufig strikten Vorschriften im Hinblick auf die Dauer und den Zeitpunkt von Werbesendungen sowie auf den zulässigen Anteil der Werbeeinnahmen unterliegen, gelten für das private Fernsehen flexiblere Regeln. Wo der private Sektor hochentwickelt ist, zieht er 70 bis 80 Prozent der kommerziellen Einnahmen auf sich.

Unter Berücksichtigung der einschränkenden Bestimmungen zum ***Schutz der Presse*** teilen sich öffentliche und private Fernsehanbieter einen begrenzten Werbemarkt, so dass eine Zunahme des privaten Fernsehens ohne eine entsprechende Ausweitung des Werbemarkts die finanzielle Situation der Programmanbieter aus dem Gleichgewicht bringen könnte. In diesem Zusammenhang sind die öffentlichen Rundfunkanstalten besonders gefährdet.

5. Neue Marktkräfte

Pay-TV und grenzüberschreitende Kanäle bilden die ***neuen Marktkräfte*** in der beschriebenen wirtschaftlichen Situation. 14 Pay-TV-Kanäle zählen 6 Mio. europäische Abonnenten, von denen die Hälfte auf *Canal Plus* entfallen, der zudem an anderen Pay-TV-Kanälen in Spanien, Belgien, Deutschland, Österreich und in Frankreich beteiligt ist. Es gilt heute als sicher, dass viele Zuschauer bereit sind, für ein solches Programmangebot zu zahlen. Das Potential dieses Fernsehdienstes und seine Kapazität zur Finanzierung anderer Dienstleistungen sind so hoch, dass Pay-TV als mächtige *"dritte Kraft"* neben öffentlichen Anstalten und kommerziellen Programmanbietern betrachtet werden muss.

6. Europäische Kanäle

Wenn wir uns dem Thema der europäischen Kanäle zuwenden, dann sehen wir, dass ***echte mehrsprachige*** und ***europaweite*** Kanäle die Ausnahme bilden. Andererseits breiten sich grenzüberschreitende Dienste aus: Deutsche Welle, BBC und Thames haben oder planen internationale Kanäle, während der französischsprachige Kanal TV5 seine Dienste auf Nordafrika ausdehnt. Angesichts der flexibler werdenden nationalen Medienpolitik und der wachsenden Übertragungs- und Kabelkapazitäten sieht die Situation für grenzüberschreitende Kanäle auf den ersten Blick vielversprechend aus.

Dennoch zieht das Publikum nach wie vor ***einheimische Kanäle*** vor. Auch die Sprache spielt hier ein Rolle: obwohl in hochgradig verkabelten Ländern ausländische Kanäle zur Verfügung stehen, bevorzugen 80 Prozent der Zuschauer Programme in ihrer eigenen Sprache. Die nationalen oder doch zumindest in der Nationalsprache sendenden Kanäle können diesen Vorteil nutzen, um intensiver auf die Interessen ihrer Zuschauer einzugehen.

Der ***übernationale Werbemarkt*** entwickelt sich nur langsam. Grenzüberschreitende Kanäle konkurrieren um nationale oder homogene Märkte (wie zum Beispiel Grossbritannien und Irland oder Deutschland, Österreich und den deutschsprachigen Teil der Schweiz), wo die einheimischen Kanäle bereits fest etabliert sind.

Dank ihrer ***Spezialisierung*** haben grenzüberschreitende Kanäle, die sich auf ***Sport***, ***Nachrichten*** oder ***Musiksendungen*** konzentrieren, bessere Zukunftsaussichten und sehen sich weniger Hindernissen aufgrund nationaler Kulturen und Traditionen gegenüber. Allerdings werden sie sich zunehmendem Konkurrenzdruck durch spezialisierte nationale Kanäle in Grossbritannien, Deutschland und Frankreich ausgesetzt sehen.

Daraus lässt sich die ***Schlussfolgerung*** ziehen, dass sich die Marktanteile der privaten Programmanbieter in Europa allmählich den Anteilen der öffentlichen Rundfunkanstalten nähern, dass die Konkurrenz im wesentlichen auf ein und dasselbe Sprachgebiet beschränkt bleibt und dass sich die immer noch begrenzte Zuschauerzahl grenzüberschreitender Sender durch das zunehmende Angebot an spezialisierten Kanälen erweitern wird.

7. Die Zukunft des Fernsehens in Europa

Innerhalb des vergangenen Jahrzehnts hat die Deregulierung dazu geführt, dass sich die öffentlichen Sendeanstalten einem wachsenden Wettbewerbsdruck durch kommerzielle Konkurrenten ausgesetzt sehen, die nicht den

gleichen einschränkenden Rahmenbedingungen unterliegen. In einer Medienlandschaft, in der kommerzielle Interessen und übernationale Multimediakonzerne eine immer grössere Rolle spielen, müssen die öffentlichen Programmanbieter dafür sorgen, dass die politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit erhalten bleibt und damit auch Programmqualität und kulturelle Identität gesichert wird.

Der wirtschaftliche Wettbewerb allein garantiert noch keinen ***kulturellen und politischen Pluralismus***. Durch Einhaltung der entsprechenden Regeln und Verfahren sorgt das öffentlich-rechtliche Rundfunkmodell selbst im Falle eines institutionellen Monopols für kulturelle und informationelle Vielfalt, um das Überleben des redaktionellen, kulturellen und politischen Pluralismus in Europa zu gewährleisten.

Neben einer gewissen Desillusionierung im Zusammenhang mit der ***Programmqualität*** auf vielen kommerziellen Kanälen greift auch die Erkenntnis um sich, dass der öffentliche Rundfunk unverzichtbar ist, um die politische, kulturelle und sprachliche Vielfalt Europas zu erhalten. Ausserdem können die öffentlichen Anstalten Programmtypen anbieten, die von den kommerziellen Kanälen nicht geboten werden können. Sie können sich eine ***innovativere Programmpolitik*** leisten und einen ***höheren Qualitätsstandard*** setzen, dem die kommerziellen Wettbewerber folgen müssen. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass der Wettbewerb zwischen den öffentlichen und privaten Programmanbietern einen positiven Effekt auf die Programmqualität als Ganzes hat. Die neuen kommerziellen Kanäle sorgen für ein vielfältigeres Programmangebot, während die öffentlichen Anstalten auf eine mehr marktorientierte Art und Weise reagieren müssen.

Zwar werden die grossen öffentlichen Anstalten und kommerziellen terrestrischen Sender auch künftig die Hauptrolle spielen, doch werden sich ***neue Technologien*** wie Pay-TV, Satelliten- und Kabelfernsehen in Verbindung mit der Entwicklung multinationaler und multimedialer Konzerne zunehmend auf die audiovisuelle Szene in den einzelnen Ländern auswirken. Trotzdem werden die Zuschauer auch weiterhin ***einheimische Fernsehkanäle*** bevorzugen, während ***spezialisierte Kanäle*** wie Eurosport, Euronews und ARTE bessere Aussichten haben, einen Durchbruch über die Sprachgrenzen hinweg zu schaffen.

Wie ich bereits erwähnt habe, stellen die Medienkonzentration und das Marketingkonzept der multinationalen und multimedialen Konzerne die Programmanbieter in ***kleineren Ländern*** vor eine nahezu unlösbare Aufgabe. Möglicherweise werden die Anbieter in kleineren Ländern dazu tendieren, sich enger an ihrem nationalen Publikum zu orientieren und ein ***"Nischenprogramm"*** zu pflegen, um im Wettbewerb bestehen zu können.

Unter diesen liberaleren gesetzlichen Rahmenbedingungen und vor dem Hintergrund technologischer Fortschritte und zunehmender Medienkonzentration gehen die in der ***Europäischen Rundfunk-Union*** zusammengeschlossenen öffentlichen Rundfunkanstalten davon aus, dass die Systeme *Eurovision* und *Euroradio* angesichts der Herausforderung durch den Europäischen Binnenmarkt eine entscheidende Rolle zu spielen haben.

Die in der EBU zusammengeschlossenen Anstalten sind der Meinung, dass es ***keinen*** einheitlichen Binnenmarkt auf dem Rundfunksektor gibt und dass es auch keinen geben darf, wenn die kulturelle Vielfalt beibehalten werden soll, die einen der grössten Reichtümer Europas darstellt. In diesem Zusammenhang haben sie sich für die Strategie entschieden, ***internationale Allianzen zwischen Programmanbietern*** mit vergleichbaren Ressourcen und Zielsetzungen zu fördern, ohne sich einer Zusammenarbeit mit kommerziellen Wettbewerbern zu verschliessen. Genau darin besteht die Aufgabe der EBU innerhalb des dualen Systems, das auch in den schwierigen Zeiten, die vor uns liegen, die Basis des europäischen Rundfunksystems bilden sollte.

8. Die Öffnung nach Osten

Gleichzeitig mit der Entstehung des Europäischen Binnenmarkts im Westen sieht sich die EBU einer weiteren Herausforderung gegenüber: gemeint ist die für Januar 1993 vorgesehene Vereinigung mit den Rundfunkanstalten Mittel- und Osteuropas, die früher in der Internationalen Rundfunk- und Fernsehorganisation (OIRT) in Prag zusammengeschlossen waren.

In diesen Ländern stellen der Aufbau und die Entwicklung unabhängiger Medien und pluralistischer Rundfunksysteme unverzichtbare Voraussetzungen für die Demokratisierung dar. Beim gegenwärtigen Zustand ihrer Volkswirtschaften reichen die verfügbaren Geldmittel jedoch nicht aus, um eine pluralistische Vielfalt von Kanälen zu finanzieren; auch die multinationalen und multimedialen Konzerne, die bisher auf der Bühne erschienen sind, haben nur bescheidene Anfangsinvestitionen getätigt.

Anfang 1990 erkannte die EBU, dass die Tendenzen im Osten neue Perspektiven für eine Erweiterung der internationalen Zusammenarbeit auf dem Rundfunksektor auf ganz Europa eröffneten. Dazu kam die selbstgesetzte Aufgabe, den Rundfunkanbietern im östlichen Teil des Kontinents zu helfen.

Die ***Verhandlungen mit der OIRT*** mündeten in der Entscheidung, die beiden Organisationen am 1. Januar 1993 zu einer grösseren EBU zu vereinigen. Diese Vereinigung erfolgt unter speziellen finanziellen Bedingungen; um den freien Fluss von Informationen und den Austausch von Programmen über das Eurovisionsnetz überhaupt erst zu ermöglichen, werden in allen betroffenen Ländern Satellitenbodenstationen errichtet werden. Von diesem Zeitpunkt an wird der Begriff "Fernsehen in Europa" eine viel weitere Bedeutung annehmen, da sich Europa von nun an bis zum Ural erstreckt. Der Europäische Binnenmarkt und die neue Öffnung nach Osten stellen die EBU vor neue Herausforderungen - in vollem Einklang mit ihrer Philosophie, die sich im Zeitalter der Medienkommerzialisierung wie folgt zusammenfassen lässt: Engagement für die Solidarität und die kulturelle Vielfalt Europas.