

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 41 (1989)
Heft: 8

Artikel: "Business Channel" auf Partnersuche
Autor: Frischknecht, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931537>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.02.2025

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

Jürg Frischknecht

«Business Channel» auf Partnersuche

Der «European Business Channel» (EBC) hat zwar bereits ein Dutzend Millionen Franken Schulden gemacht, aber noch immer keine definitiven Besitzer gefunden. Bereits plant das Frühstücksfernsehen für Manager die Flucht nach vorn – in einen Programmausbau.

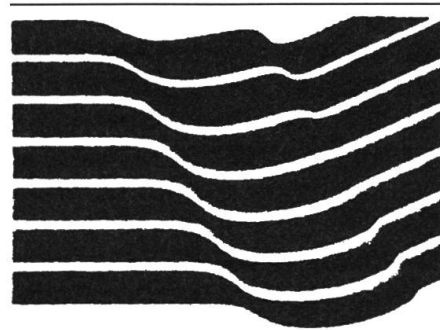
Ein Inserat in der Rubrik «Kapitalmarkt» müsste zur Zeit etwa so lauten: «Kaufen Sie Schulden! Kühnes, europaweites Fernsehprojekt mit bisher zwölf Millionen Franken Defizit sucht spekulationsfreudige Investoren. Zu zeichnen sind noch 49 Prozent des Aktienkapitals von heute acht und demnächst 16 Millionen Franken. Zusätzliches Engagement in Form von Aktionärsdarlehen wird erwartet. Ab 1992 versprechen unsere Budgets Gewinne. Offerten bitte an Business Channel EBC AG Schlieren, zuhanden von John Winistoerfer, Verwaltungsratsdelegierter, oder Leo Schürmann, Verwaltungsratspräsident.»

Das Projekt EBC setzt für hiesige Verhältnisse in verschiedener Hinsicht neue Massstäbe – von der raschen Realisierung bis zum risikoreichen Finanzgebaren. EBC ist in hohem Mass ein spekulatives Vorhaben, ein Projekt auf Pump. Eine Firma ohne definitive Besitzer produziert Defizite in zweistelliger Millionenhöhe. Wer als Medienspekulant einsteigen will, darf als erstes Schulden übernehmen. Sollte es den EBC-Initianten nicht gelingen, solche Fi-

nanciers in den nächsten Monaten zu finden, so dürfte EBC das erste Jahr kaum überleben.

Durchgestartet

Realisiert wurde EBC in weniger als zwei Jahren. Im Januar 1987 wurde publik, John Winistoerfer von der Zürcher Produktionsfirma Blackbox plane ein europaweites Frühstücksfernsehen für Manager. Die Grossen der Branche (Condor, Ringier) reagierten wohlwollend-abweisend: Das sei zwar eine gute Idee, aber eine zu schmale Marktnische. Doch bereits im März 1987 wurde die Aktiengesellschaft gegründet und das Konzessionsprojekt eingereicht. Anfangs 1988 übernahm Leo Schürmann kurz nach seinem Ausscheiden als SRG-Generaldirektor das Verwaltungsratspräsidium von EBC. Am 11. Mai, wenige Tage nach Inkrafttreten des Bundesbeschlusses über den Satellitenrundfunk (den es ohne das Projekt Telsat selig nie gegeben hätte), erhielt EBC die bundesrätliche Konzession. Schon ein halbes Jahr später,



E B C

am 3. November 1988, nahm das ehrgeizige Unternehmen den Sendebetrieb auf: jeden Börsentag (also Montag bis Freitag) je eine halbe Stunde deutsche und englische News für «Europe's business community» (so ein Werbeslogan).

Produziert wird EBC von einem mittlerweile rund 40köpfigen Team unter Leitung des ehemaligen BBC-Mannes Will Hutton und dreier Stellvertreter, dem Schweizer Jürg Wildberger (früher Fernsehen DRS), dem Deutschen Michael Braun und dem Briten James Long. In der Schweiz konnte EBC ausser Wildberger und Kurt Brandenberger, der das Projekt im März schon wieder verlassen hat, keine erfahrenen Wirtschaftsjournalisten anheuern. Dank attraktiven Löhnen wagten hingegen einige TV-Produktions-Profis den Sprung von einem Stadtrand zum andern, von Leutschenbach in die hochmodernen Limelight-Studios der Blackbox AG (eine Visitenkarte des spanischen Stararchitekten Santiago Calatrava).

Eröffnet wird der «Business Channel» mit den Schlagzeilen aus Politik, Wirtschaftspolitik und von den Börsen. Pro Sendung werden etwa drei Hintergrundberichte präsentiert, sofern dieser Titel für Beiträge von höchstens drei bis dreieinhalb Minuten statthaft ist. Einen festen Platz haben die aktuellen TV-Bulletins vom «Wall Street Journal» und von Nikkei-TV aus Tokio, die frühmorgens eine hohe Aktualität aufweisen. Den Schlusspunkt bilden Service-meldungen wie das Wetter. In der Mitte und am Schluss der halben Stunde wäre Platz für je zwei Minuten Werbung. Die Themenstruktur ist in beiden Sprachversionen identisch. Das gleiche Filmmaterial wird also zweifach eingesetzt.

Der Anspruch der EBC-Macher ist professionell, doch neu zu erfinden war das Genre der News-Show auch in Schlieren nicht. Wer am Morgen die Zuschauer eine halbe Stunde lang «pre-shave» (so ein Werbeslogan) fesseln will, flüchtet schnell einmal in eine hohe

Reizdichte: ein geradezu un-schweizerisch schnelles Sprechtempo, rasche Schnitte, viele Interview-Fetzen. Die halbe Stunde EBC eignet sich besonders gut für das bekannte medien-pädagogische Experiment, unmittelbar nach der Sendung zu notieren, was einem an Themen geblieben ist. Ich vermute, die Erinnerungsquote liegt bei diesem Fastfood-Frühstück noch tiefer als bei einer Tagesschau zur klassischen Abendzeit.

Zu sehen ist der «Business Channel» auf drei Satellitenkanälen. Von Schlieren aus wird das Signal via Fernmeldesatellit ECS-1-F4 verbreitet, nämlich in der Schweiz auf dem zu dieser Tageszeit unbelegten «Teleclub»-Kanal, dazu auf dem Kanal von «Sky Channel» (Besitzer: Rupert Murdoch) und seit anfangs Januar (vor allem für die BRD) auf «RTLplus». Die luxemburgischen Partner von «RTL plus» waren für die Aufschaltung und delegierten Gaston Thorn in den EBC-Verwaltungsrat, während die bundesdeutschen Partner bis zum letzten Tag Bedenken formulierten.

Gratiswerbung

Auf dem Papier ergibt das ein stolzes potentiell Zielpublikum von knapp 20 Millionen Kabelhaushalten. Ziel von EBC ist es, innert Jahresfrist für die beiden Sprachversionen je 100000 Zuschauer auszuweisen. Erste, noch nicht besonders verlässliche Zahlen der bundesdeutschen GfK (Gesellschaft für Kommunikationsforschung) weisen für die Monate Januar und Februar gut 100000 Zuschauerinnen und Zuschauer aus, die EBC zumindest teilweise verfolgen (etwa die Hälfte davon die ganze halbe Stunde). Die Werbewirtschaft wird sich vor allem auf die ab Mitte Jahr

verfügbaren PETAR-Daten stützen («Pan European Television Audience Research»), die ab April für all die neuen TV-Programme erhoben werden.

Vorläufig sind die Werbetreibenden skeptisch, obschon ein Halbminuten-Spot bloss 3750 Franken je Kanal kostet. Zu nochmals weit günstigeren Einführungspreisen wurden in den ersten Wochen einige Spots gebucht, wobei sich die Beachtung in Grenzen hielt. Peter Hartmeier, Chefredaktor von «Politik und Wirtschaft», der sein Magazin gleich selbst über einen Monat hinweg anpries, wurde kein einziges Mal darauf angesprochen. Im neuen Jahr wurden diese Spots zum Teil weiter gratis ausgestrahlt, um den Anschein eines werbefinanzierten Programms aufrechtzuerhalten. Der Verkauf war mit dem Jahreswechsel praktisch zum Erliegen gekommen. Die Zürcher Firma Radiotele AG, die die Akquisition in der Schweiz übernommen hat, konnte für das erste Quartal 1989 keinen einzigen bezahlten Spot hereinholen. Und auch Direktbuchungen aus dem Ausland blieben laut EBC-Geschäftsführer Peter Rohner unter einer Million Franken. Bei diesen «Buchungen» handelt es sich zudem oft um Tauschgeschäfte, etwa «Cathay»-Flüge oder Inserate in der «Business Week» gegen Spots im EBC-Programm.

Erlaubt wäre laut Konzession auch das Sponsoring, doch hat sich die Redaktion gemäss angelsächsischer Berufsethik vehement gegen diese zweifelhafte Finanzierungsform ausgesprochen. Allerdings ist diese offizielle Abstinenz bereits in zwei Fällen durchbrochen. Die EBC-Mitbesitzerin Telekurs AG liefert die aktuellen Börsendaten gegen Einblenden des Wortes «Telekurs». Und seit anfangs März verlangen die PTT für das tägliche, etwa fünfminütige To-

kio-Bulletin, das in Videokonferenz-Technik (also auf einer Telefonleitung) übermittelt wird, nicht mehr den Minimaltarif von 600 Franken, sondern bloss noch die Hälfte, weil EBC im Gegenzug «unsere Reklame» bringt, wie es in der PTT-Generaldirektion heisst. Gemeint ist die Einblendung, dass die Übermittlung dank den schweizerischen PTT-Betrieben zustande gekommen sei. Verglichen mit dem offiziellen Tarif macht dies immerhin einen Sponsoring-Rabatt von 70000 Franken im Jahr aus.

100000 Franken Defizit pro Sendetag

Als EBC am 31. März die hundertste Sendung feierte, registrierten die Buchhalter 100000

Halbwaise EBC

Das jüngste schweizerische Mediengrossprojekt sucht noch immer einen Elternteil. Erst 51,1 Prozent des Aktienkapitals von acht Millionen Franken sind fest plaziert. 48,9 Prozent sind lediglich «parkiert», also treuhänderisch zuhanden noch zu findender Partner verwaltet. Am 1. April präsentierte sich die Aktionärsstruktur der Business Channel EBC AG Schlieren wie folgt:

33,9%	unbekannte Schweizer Investorengruppe (treuhänderisch)
15,0%	Blackbox AG Zürich/Schlieren (treuhänderisch)
12,5%	Blackbox AG Zürich/Schlieren
12,5%	Jean-Frey-Gruppe Zürich
10,0%	Telekurs AG Zürich
10,0%	Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion
2,5%	International Educational Services AG Chur (Management-Symposium Davos)
1,9%	Thames Television PLC London
1,6%	TTI Technology Transfer AG Zürich (Hayek-Gruppe)
0,1%	Schweizerische Pay-Sat AG Zürich

Investieren Sie keinen Rappen in den European Business Channel!

SONDERN 30 MINUTEN IHRER ZEIT.

Franken Defizit pro bisherigem Sendetag. Die Vorlaufkosten von sieben Millionen bis Ende 1988 sind bereits abgeschrieben. Für dieses Jahr sind bei 20 Millionen Kosten optimistische sechs Millionen Werbefranken budgetiert, also ein Defizit von mindestens 14 Millionen. Allein im ersten Vierteljahr 1989 fielen schätzungsweise vier bis fünf Millionen Defizit an. Zusammen mit den erwähnten Vorlaufkosten sind das an die zwölf Millionen – exakt soviel, wie die Aktionäre bisher eingeschlossen haben (acht Millionen Aktienkapital, vier Millionen Aktionärsdarlehen). Selbst wenn die restlichen neun Monate des Jahres gemäss optimistischem Budget verlaufen, fallen pro Sendetag noch 55000 Franken Defizit an.

Im vierten Betriebsjahr, also 1992, sollen erstmals schwarze Zahlen oder wenigstens ein ausgeglichenes Budget erreicht werden. Noch beim Start war die Durststrecke deutlich optimistischer definiert worden: höchstens zehn Millionen Defizit für 1989, mindestens ausgeglichene Rechnung («break even») bereits im dritten Betriebsjahr.

Solche Schulden macht eine Firma, die noch immer ihre Besitzer sucht. 48,9 Prozent der Aktien sind noch immer nicht fest plaziert und warten auf Investoren. Ursprünglich hatte EBC in Aussicht gestellt, spätestens bei Sendebeginn stehe die definitive Aktionärsstruktur fest. Dies ist auch heute noch

nicht der Fall (siehe Kasten). Damit ist auch die Konzessionsbestimmung noch nicht erfüllt, wonach «Schweizer Bürger oder schweizerisch beherrschte juristische Personen mindestens die Hälfte des Kapitals» halten müssen. Für diesen Nachweis hat das Eidgenössische Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) eine Frist bis zum 1. April gesetzt. Der Zürcher Rechtsanwalt Christoph Schmid, der als eine Art Generalsekretär des EBC-Verwaltungsrates amtiert, hat beim EVED um Verlängerung dieser Frist nachgesucht. Diesem Wunsch dürfte entsprochen werden, auch wenn Rainer Keller vom EVED-Dienst für Radio und Fernsehen betont, aus dem konzessionswidrigen Provisorium dürfe kein Definitivum werden.

Schwierige Partnersuche

EBC hat die Hoffnung aufgegeben, in der Schweiz innerhalb der Branche neue Partner zu finden. Mit der Tages-Anzeiger AG, die letzten Herbst gleich mit 25 Prozent verspätet einsteigen wollte (was die schweizerischen Gründungsaktionäre als unverschämt zurückwiesen) wird nicht mehr verhandelt. Die Motor-Columbus-Tochter Tele Columbus AG, vom EBC-Geschäftsführer in einem Interview bereits als künftiger Partner begrüsst, blieb abseits. Ringier, wo Verwaltungsratspräsident Schürmann im Februar an-

100000 Franken Defizit pro Sendetag machen dem EBC-Management (v.l.: Peter Rohner, Geschäftsführer; John Winistoerfer, Delegierter des Verwaltungsrates; Will Hutton, Chefredakteur) zu schaffen. Resultat eines allzu wörtlich genommenen Werbespruchs aus einem EBC-Insertat?

klopfte, winkte ebenfalls ab. Auch eindringliche Appelle von FDP-Nationalrat Ernst Mühlemann (SBG) blieben ohne Erfolg. Inzwischen wirbt Mühlemann bereits um Bundessubventionen. Bei der Beratung des Artikels «Finanzhilfen» des Radio- und Fernsehgesetzes empfahl Mühlemann in der nationalrätlichen Kommission als mögliche Empfänger für Bundesgelder auch den «Business Channel» – was Bundesrat Adolf Ogi umgehend zur Klarstellung veranlasste, dafür seien eidgenössische Subventionen denn doch nicht vorgesehen.

In der Schweiz will EBC inzwischen auch branchenfremde Investoren akzeptieren. Zwei Interessengruppen haben den Schwerzenbacher Unternehmensberater Dr. Felix Tisi mit Abklärungen betraut. Im Ausland setzt EBC hingegen weiterhin auf «starke funktionale Partner aus der Branche». Wählerisch kann man in Schlieren inzwischen nicht mehr sein. Verhandelt wird mit allen, die nicht von vorneherein abwinken, etwa mit der bundesdeutschen Holtzbrinck-Gruppe («Handelsblatt») oder mit der US-Gesellschaft Paramount (Gulf & Western



Inc.). Kontaktgespräche fanden auch mit dem «Super-Channel» und mit französischen Interessenten statt.

Neue Partner haben an die sechs Millionen Aktienkapital und Aktionärsdarlehen zu übernehmen und abzuschreiben. Seit dem Februar, als es mit den bisherigen Zwischenfinanciers «zu Spannungen» kam (so Geschäftsführer Rohner), verwalten dieses treuhänderische Kapital neu eine schweizerische Investorengruppe und die Blackbox (siehe Kasten). Als starker Mann im Hintergrund gilt der Zürcher Rechtsanwalt Jean Claude Wenger. Der 62jährige Wenger, bestückt auch mit Mandaten von Schmidheiny-Firmen, ist ein Cousin von Winistoerfer und Verwaltungsratspräsident von dessen Firmen Blackbox AG, Blackbox Television Programs AG sowie Limelight AG.

«Bis im Frühsommer» wollen

die EBC-Seiltänzer ihr Auffangnetz gespannt, also ihre Besitzer gefunden haben. Bei gleicher Gelegenheit soll das Aktienkapital auf 16 Millionen Franken verdoppelt werden, denn das Projekt braucht rasch eine weitere Finanzspritze.

Flucht nach vorn

Wie so oft, wenn ein Medienprojekt die Durststrecke nicht mehr voll überblickt, suchen die Verantwortlichen den Durchbruch in einer Flucht nach vorn. «More of the Same», lautet die Losung in Schlieren. Betriebswirtschaftlich betrachtet ist die heutige Situation ein Unsinn. Für zwei halbe Stunden Fernsehen wird praktisch ein 24-Stunden-Betrieb aufrechterhalten. Die Idee ist naheliegend, mit dieser Infrastruktur mehr Output zu produzieren. Geplant wird dreierlei:

- Pläne für ein Wochenend-Fernsehen liegen fertig in der Schublade, doch fehlt auf den Kanälen von «Sky Channel» und «RTLplus» ein Sendeplatz für solche zusammengeschnittenen Wochenrückblicke.
 - Nach Möglichkeit soll eine französische Version dazukommen, bei gleichzeitiger Straffung der Sendungen auf zwanzig Minuten, damit bei drei Versionen der Stundenrhythmus beibehalten werden kann (für die Erstaussstrahlung und für Wiederholungen).
 - Zusätzlich zum heutigen Frühstücksfernsehen sollen auch am Mittag, nachmittags um 17 Uhr und abends um 22 Uhr aktualisierte Fassungen produziert werden, nach dem Motto «zum Zmorge, zum Zmittag, zum Zvieri, zum Znacht».
- Mit solchen Ausbauplänen

wird auch ein Schritt Richtung Vollprogramm aktuell, auch wenn die Verantwortlichen bislang nach aussen betonen, ein Abschied vom Spartenprogramm sei nicht vorstellbar. Dennoch werden intern auch Pläne für eine spätabendliche Euro-Tagesthemen-Sendung gewälzt.

All diese Pläne und Träume legen eine der grossen Schwächen von EBC bloss. Der «Business Channel» verfügt über keinen eigenen Satellitenkanal, sondern ist auf das Gastrecht anderer angewiesen. Auf dem Kanal von «Teleclub», der selbst Ausbaupläne hat (vgl. ZOOM 4/89), wären solche Ausbauvorhaben nicht zu plazieren. Ein «mittlerer Ausbau» scheint damit eher unwahrscheinlich. Entweder bleibt es in etwa beim heutigen Modell (allenfalls mit französischer Version), oder EBC wirft sich dem noch zu findenden starken Partner in die Arme und sucht mit diesem das Heil in einem ganz grossen Sprung nach vorn – auf einem eigenen Kanal.

Angesichts solcher Dimensionen wird zunehmend ungewiss, ob eine schweizerische Kapitalmehrheit möglich ist. Schürmann kann sich vorstellen, dass EBC dem Bundesrat eine Lockerung der Auflagen beantragen wird, wie das Artikel 13 des Bundesbeschlusses über den Satellitenrundfunk vorsieht: «Wird eine juristische Person mit Sitz in der Schweiz ausschliesslich Programme für ein internationales Publikum veranstalten, so kann der Bundesrat die Anforderungen an die schweizerische Beherrschung lockern.» Eine ausländische Kapitalmehrheit würde Schürmann als Präsident noch akzeptieren, nicht aber eine ausländische Stimmenmehrheit: «Das muss eine schweizerische Sache bleiben, sonst interessiert mich das nicht mehr.» ■

Geschichte des Films

in 250 Filmen

Thomas Christen

Amerikanische Komödien und Tragödien

Auf dem Mai-Programm des filmgeschichtlichen Zyklus des Filmpodiums der Stadt Zürich stehen vier hochkarätige Vertreter zweier unterschiedlicher Genres und Tendenzen des amerikanischen Films, die in der ersten Hälfte der dreissiger Jahre zu ihren Höhepunkten fanden. Auf der einen Seite ist es der realistische, sozialkritische Gangster- und Kriminalfilm; Klassiker wie «The Public Enemy» und «Scarface» waren bereits im April in diesem Programm zu sehen. Ging es in ihnen um die Darstellung von Aufstieg und Fall eines Kriminellen, so verfolgt «*I Am a Fugitive from a Chain Gang*» (1932) von Mervyn LeRoy ein anderes Thema. Er dreht den Spiess gleichsam um und zeigt, wie ein unbescholtener Mann ins Räderwerk von Justiz und Strafverfolgung gerät und darin unerbittlich hängenbleibt.

Die Fortsetzung des Zyklus bilden drei Komödien, und zwar sind es allesamt Beispiele dafür, wie der Ton ganz bewusst und meisterhaft in das Wirkungspotential einbezogen wurde. Sprache, Gesang, Geräusche, Musik – das sind Elemente, ohne die diese Filme gar nicht denkbar wären; damit grenzen sie sich deutlich von der grossen Zeit des Slapsticks ab – die feine, elegante, von Ironie durchtränkte Komik eines Ernst Lu-

bitsch in «*Trouble in Paradise*» (1932), die handfeste, anarchistische, zerstörerische Komik der Marx Brothers in «*Duck Soup*» (1933) und die scharfzüngige, eindeutig zweideutige Komik der Mae West in «*She Done Him Wrong*» (1933).

No Way Out – Kein Ausweg

James Allen kehrt – wie so viele andere auch – als dekoriertes Soldat aus dem 1. Weltkrieg zurück. Während seiner Militärzeit hat er einiges vom Handwerk des Ingenieurs erlernt, und so ist es nur verständlich, dass er nicht in seinen Bürojob in einer Schuhfabrik zurückkehren möchte. Er sucht sich Beschäftigungen im Baugewerbe, vermag jedoch nirgendwo für längere Zeit Fuss zu fassen. Er erlebt seinen Abstieg zum Tagelöhner und Gelegenheitsarbeiter, wird schuldlos in einen Überfall auf eine Imbissstube verwickelt und zu zehn Jahren Arbeitslager verurteilt – wegen Diebstahl eines Hamburgers. Aus dem anständigen jungen Mann, der sich eigentlich nur beruflich verwirklichen wollte, wird ein Kettensträfling.

Auf dem ungläubigen Gesicht von Paul Muni, der die Figur des James Allen mit beklemmender Intensität verkörpert, ist zu Be-

Die Filme im Mai

Jeweils Sonntag, 17.20 Uhr, und als Wiederholung Montag, 20.30 Uhr, im Studio 4, dem Filmpodium der Stadt Zürich:

7./8.5.: «*I Am a Fugitive from a Chain Gang*» (1932) von Mervyn LeRoy

21./22.5.: «*Trouble in Paradise*» (1932) von Ernst Lubitsch

28./29.5.: «*Duck Soup*» von Leo McCarey (1933; vgl. ZOOM 6/86, S. 12–17) und «*She Done Him Wrong*» (1933) von Lowell Sherman