

Privates (Satelliten)-Fernsehen in Europa

Autor(en): **Meyrat, Pierre**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): - **(1993)**

Heft 2

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-790882>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Privates (Satelliten)-Fernsehen in Europa

Der Autor, Generaldirektor der SOCIÉTÉ EUROPÉENNE DES SATELLITE, befasst sich in seinem Beitrag mit der Entwicklung und den Zukunftsperspektiven des privaten Fernsehen und Radio in Europa, und zwar mit seinem spezifischen Bezug zum Satellitenrundfunk.

Privates Fernsehen und Radio in Europa hat einen *spezifischen Bezug zum Satellitenrundfunk*. Es muss aber festgehalten werden, dass Satelliten, und damit auch das erfolgreichste private Satellitensystem ASTRA, allen Programmen zur Übertragung zur Verfügung stehen, selbstverständlich auch öffentlich-rechtlichen, die immer mehr davon Gebrauch machen. Private Programmanbieter und Satelliten verbindet nämlich indessen eine gemeinsame "historische" Entwicklung. Das nimmt sich beim ersten Hinsehen zwar seltsam aus, weil damit nur eine kurze Zeitspanne von wenigen Jahren gemeint ist. Dennoch ist der Ausdruck "historisch" gerechtfertigt - und dies sogar in seiner doppelten Bedeutung. Tatsächlich sind sowohl die Anfänge der privaten Fernsehprogramme wie das Satellitenfernsehen nicht voneinander zu trennen. Ab Ende 1983 war das Aufkommen der ersten privaten Programme eng an die *Kabelverteilung* gebunden, wobei das Satellitenfernsehen - damals über Low-Power-Satelliten - die Zuführung der Programme übernehmen musste. Der zweite Wachstumsschub der Privaten trat ab 1988 ein - zeitgleich und abhängig zur beispiellosen Entwicklung beim Satellitendirekttempfang.

Dies alles hat zu einer bedeutenden *mediopolitisch historischen Zäsur* geführt: zum europaweiten Angebot einer pluralistischen Programmpalette, wie wir sie von Funktion und Inhalten her bei den Printmedien kennen.

1. Umfeld des Satellitenfernsehens

Ich möchte zuerst einige Gedanken zu den vergangenen vier Jahren, seit es Satellitendirekttempfang gibt, äussern und dann für die Zukunft einige Überlegungen anfügen, die mir von Bedeutung scheinen. Dazu ist es unerlässlich, dass ich wenigstens stichwortartig das europäische Umfeld skizziere, wie es sich in den letzten Jahren formierte und wie es die Zukunft prägen wird.

Wir können uns dabei auf vier Eckwerte - zwei wirtschafts- und zwei kulturspezifische - beschränken:

1. Die allgemeinen wirtschaftspolitischen Zielsetzungen der Europäischen Gemeinschaft, die auf eine konsequente De-Regulierung hinauslaufen, was auch den globalen Trends entspricht.

2. Die daraus abgeleiteten EG-Richtlinien für grenzüberschreitendes Fernsehen - "*Fernsehen ohne Grenzen*" - , mit denen sich die schweizerische Gesetzgebung im Rahmen des *aquis communautaire* harmonisieren muss, wenn

sie dem EWR beitrifft. Ohne Beitritt werden diese Richtlinien aber faktisch ebenfalls die Situation in der Schweiz prägen.

3. Im Rahmen des Europarates wurde eine *Konvention für Satellitenrundfunk* entwickelt, die auf der Grundlage von Kultur und Menschenrechten mit den wirtschaftsorientierten EG-Richtlinien konvergiert.

4. Ihre Entsprechung findet diese Europaratkonvention - um nicht zu sagen: eine wichtige Legitimation - im berühmten *Autronic-Urteil*. Damit hat der Strassbourger Gerichtshof für Menschenrechte auch die technischen Einrichtungen zum Empfang von Programmsignalen beim Satellitenrundfunk durch Artikel 10 EMRK geschützt. Dieser Artikel garantiert die Meinungsäusserungs- und Meinungsempfangsfreiheit. Verbote gegen Parabolantennen sind dem Staat seither nur noch in genau spezifizierten Ausnahmefällen möglich. Entsprechend wurde auch das schweizerische Radio- und Fernsehgesetz schon angepasst.

Diese vier Eckwerte haben das Entstehen und die erfolgreiche Entwicklung von privaten Rundfunkprogrammen in hohem Masse positiv beeinflusst. Auffällig ist, dass sie alle auch ein gemeinsames Zentrum haben: den Menschen. Es ist der *Mensch als Konsument*, als Teilnehmer am wirtschaftlichen Leben. Und es ist der *Mensch als Kulturträger* und damit als Individuum.

Die folgenden Ausführungen sind für mich, als einem Vertreter der Wirtschaft, naturgemäss stark von *wirtschaftlichem Denken* geprägt. Dies alles ist aber unbedingt vor dem Hintergrund der individuellen Ansprüche nach Meinungsvielfalt, nach einer Auswahl an qualitativer Unterhaltung und dem Bedürfnis nach differenzierten Angeboten zu sehen, die die unterschiedlichen Interessen berücksichtigen.

Dass unter diesen Aspekten privates Fernsehen und Radio flexiblere Lösungen anzubieten haben, ist nur eine vorläufige Feststellung. Denn selbstverständlich sind die *bisherigen Leistungsaufträge* der öffentlich-rechtlichen Anstalten publizistischen Zwangskorsetten zu vergleichen, die nichts mehr mit der Realität der 90er Jahre gemein haben. Präzisierend möchte ich deshalb hier anfügen, dass ich nicht für die Abschaffung der Öffentlich-rechtlichen oder ähnlichen Institutionen wie die SRG bin, sondern für eine entsprechende Anpassung ihrer Aufträge an das Konkurrenzumfeld und die Bedürfnisse der Zuschauer und Zuhörer. Ich stelle denn auch gerade bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten - insbesondere bei unseren

Kunden in Deutschland -, eine Weitsicht fest, die voraussichtlich dem starkem Konkurrenzdruck zu verdanken ist.

2. Technische Reichweite als Faktor

Zurück zu den privaten Programmen, die sich am Zuspruch des Konsumenten messen lassen müssen. Eine der Hauptfragen der Veranstalter ist deshalb: Wie kommt das Programm zu einem möglichst grossen Publikumspotential bzw. wie ist unter optimalem Mitteleinsatz eine möglichst grosse technische Reichweite zu erzielen? In der Diskussion über Chancen oder Erfolg von unseren Programmen vergisst man sehr oft, den *Aspekt der technischen Reichweite*. Gestatten Sie mir, dass ich hier der Auffassung von Prof. Steinmann widerspreche, dass die *Medienentwicklung zu Lasten der Kleinstaaten* gehe. Dies trifft nur zu, wenn sich solche Kleinstaaten gegenüber ihrer Umwelt isolieren.

Sie kennen das *Dilemma der Privaten*, das durch den Mangel an terrestrischen Frequenzen einerseits und die unterschiedliche geographische Dichte der Kabelnetze andererseits gegeben ist. Die Tatsache, dass in Europa über 75 Prozent aller Haushalte noch nicht verkabelt sind, spricht eine deutliche Sprache. Es ist das Satellitenfernsehen, das dieses Handikap der Privaten überwinden hilft. Das pauschale Urteil ist durchaus angebracht, dass es das Satellitenfernsehen ist, das die meisten privaten Programme existenzfähig macht und früher oder später auch die erforderlichen Gewinne erbringt.

Ich habe von der erst vierjährigen Erfolgsgeschichte des Satellitendirektfernsehens gesprochen und da ist es natürlich von Interesse, wie Satellitenrundfunk und damit die privaten Programme so schnell direkt und auch da wo Kabel nicht vorhanden ist den Weg zu Zuschauern und Zuhörern gefunden haben. Eine etwas genauere Analyse lohnt sich, weil sie uns auch die wichtigsten Hinweise für die zukünftige Entwicklung gibt.

3. Der Erfolg des ASTRA Satellitensystems

Der kürzeste Weg zum Konsumenten, das hat sich am Beispiel von ASTRA erneut eindrücklich bestätigt, führt über den Markt. Deshalb wurden die technische Konfiguration des ganzen Satellitensystems und die Marktstrategien konsequent auf die Marktbedürfnisse und Marktverhältnisse abgestimmt. Darüber hinaus waren zwei Aspekte von zentraler Bedeutung; diese können unter den Begriffen "*Kompatibilität*" und "*Zukunftssicherheit*" zusammengefasst werden.

Am Anfang des *ASTRA-Erfolgs* stand die Einsicht, dass eine schnelle Belebung des Marktes nur gelingen konnte, wenn empfangsseitig kostengünstige Geräte verfügbar waren, die zum Empfang eines attraktiven Angebotes genutzt werden konnten. Es wurden Gespräche mit allen Herstellern aufgenommen, mit dem Ziel, *zukunftsstabile Geräte* aufgrund bestehender technischer Lösungen

für den Empfang von ASTRA-Signalen in bestehenden Normen (PAL) zu entwickeln und auf den Markt zu bringen. Auf den Werbeaufklebern, die zur Einführung dieser Geräte abgegeben wurden, stand ein Wortungetüm, zu dem uns vermutlich keine Werbeagentur geraten hätte: ASTRA-kompatibel. Aber die Botschaft wurde verstanden. Vor allem von der Geräteindustrie, die fortan in engere Zusammenarbeit und Abstimmung mit unseren Technikern verbesserte neue Produkte auf den Markt brachte.

Das rasch verfügbare Angebot von verschiedenen Geräten unterschiedlicher Preisklasse in millionenfacher Stückzahl war die wichtigste Voraussetzung, dass eine schnelle Marktdurchdringung in den letzten vier Jahren überhaupt möglich war. Die Resultate dürfen sich sehen lassen, denn mit dem Erfolg des Satellitendirektempfangs wurden zusätzlich auch Synergien bei den Kabeleinspeisungen von ASTRA-Programmen ausgelöst. In ganz Europa werden inzwischen 40 Millionen Haushalte mit ASTRA-Programmen versorgt. Im deutschsprachigen Bereich sind es rund 5 Millionen durch Direktempfang und circa 12,5 Millionen über das Kabel, - total also über 17 Millionen Haushalte. Das heisst mit anderen Worten, dass erst 50 Prozent aller Haushalte im deutschsprachigen Bereich durch Satellit versorgt werden - dies allerdings bei ungebrochen steigender Tendenz.

Der zweite Aspekt, den ich hier betonen möchte, ist die *Zukunftssicherheit*. Diese entwickelt sich genau genommen aus der konsequenten Weiterführung des Kompatibilitäts-Prinzips, weil dieses generell Kontinuität und stufenlose Weiterentwicklung als zentrale Faktoren beinhaltet. Kontinuität und stufenlose Entwicklung sind aber auch die Grundlagen für Zukunftssicherheit.

So besehen kann man den System-Ausbau von ASTRA durch Ko-Positionierung weiterer geplanter Satelliten als sinnvolle Adaption des Kompatibilitätsprinzips bezeichnen. Konkret bedeutet das, dass wir nach ASTRA 1A und 1B in einem halben Jahr ASTRA 1C im Orbit ko-positionieren. Damit sind bis 48 Fernsehkanäle und Tonträger für Dutzende von Radioprogrammen verfügbar. Mit dem vierten Satelliten 1D wird dann ab 1994 die generelle Betriebssicherheit erhöht werden, und soeben konnten wir bekannt geben, dass ab 1995 ein fünfter Satellit für neue Entwicklungen beim Fernsehen bereitstehen wird.

Die *Erweiterung* des Programmangebots, die *Sicherheit* durch den Back-up Satelliten und die *Kontinuität* sowie *Dauerhaftigkeit* des Gesamtsystems erhöhen den Nützlichkeitswert des ASTRA-Systems sowohl aus der Sicht des Konsumenten wie auch aus derjenigen der Programmveranstalter in ganz erheblichem Umfang. Zukunftssicher und von entsprechend grossem Nutzen für alle Beteiligten ist ein System vor allem dann, wenn es konzeptionell Gewähr dafür bietet, dass auch zukünftige Entwicklungen nachvollziehbar sind. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt steht die Einführung eines europäischen HDTV zuoberst auf der Agenda. Ich möchte hier nicht auf das leidige Thema der D2 MAC-Norm eingehen. Nur soviel: Wir haben, zusammen mit den Programmveranstaltern

und einem grossen Teil der Industrie und mit Konsumentenorganisationen diese Norm just deswegen abgelehnt, weil sie keine kompatible Markteinführung erlaubt. Inzwischen sind die digitalen Verfahren in den Vordergrund der ganzen Diskussion gerückt und ich möchte abschliessend in diesem Zusammenhang einige Überlegungen zur *Wirtschaftlichkeit digitaler Verfahren* aufgreifen, die besonders für private Veranstalter wichtig sind, weil diese sich ausschliesslich am Prinzip der Wirtschaftlichkeit orientieren müssen.

4. Die Kostenproblematik

Bei allen Diskussionen um die Einführung neuer Dienste sollte eines nie vergessen werden: Der Konsument kauft sich nicht eine Fernseh-Übertragungsnorm; er kauft sich auch nicht einen speziellen Zugang zu den Programmsignalen über terrestrische Wege oder durch das Weltall. Der Konsument kauft den Fernseher auch nicht als Möbelstück. Was er will, das ist eine grösstmögliche Auswahl von guten Programmen zu erschwinglichem Preis.

Um diesen Konsumentenwunsch zu erfüllen, sind die Programmanbieter untereinander in einen harten *Konkurrenzkampf* getreten. Und da spielt eine Frage für die Privaten eine zentrale Rolle, die ich schon eingangs angesprochen habe: Wie kommt das Programm zu einem *möglichst grossen Publikumpotential* bzw. wie ist unter optimalem Mitteleinsatz eine möglichst grosse technische Reichweite zu erzielen. Optimaler Mitteleinsatz heisst aber nicht nur, dass ein möglichst billiger Verteilweg für die Programme gefunden wird, sondern dass auch die Kosten für den Empfang der Programme in einem guten Verhältnis zum gesamten Programmangebot stehen, das auf terrestrischem Weg, über Kabel oder per Satellit verteilt wird. Es sind drei Faktoren, die dieses optimale Verhältnis beeinflussen:

1. Nimmt man nur die Kosten, die dem Programmveranstalter entstehen, so ist das *Kabel* der billigste Weg. Kabel ist aber, wie erwähnt, nur in einem kleinen Teil Europas verbreitet. Der zweitbeste Weg für den Veranstalter unter kosteneffektiven Aspekten ist *Satellitenfernsehen*, weil dieses neben der Versorgung der Kabelnetze zusätzlich auch den Direktempfangsmarkt einschliesst. Der dritte Weg, der über die *terrestrischen Frequenzen* führt, ist bei weitem der teuerste.

2. Auf der Konsumentenseite nimmt sich die Situation etwas anders aus: Da sind Empfangsgeräte für den terrestrischen Empfang am billigsten, während der Satellitenempfang Zusatzgeräte und eine Parabolantenne notwendig macht. Es darf hier allerdings festgehalten werden, dass auch dieser Aufwand, durch die Einführung satellitentauglicher Fernsehgeräte noch weiter reduziert werden kann. Bei der Kabelübertragung entstehen sowohl einmalige Kosten wie auch sich wiederholende Gebühren, was den Empfang in der Regel etwas teurer als Satelliten-TV macht.

3. Der dritte Faktor, der in die Überlegungen einbezogen werden muss, ist die Attraktivität des Programmangebotes, die *Auswahl* unter einer Vielzahl von Programmen. Unter diesem Aspekt sind sowohl das Kabel wie das Satellitenfernsehen unschlagbar. Das dürfte wohl auch der Hauptgrund sein, dass sowohl die Kabelnetze in Agglomerationen wie das Satellitenfernsehen generell ein starkes Wachstum aufweisen.

Nimmt man diese drei Faktoren zusammen und stellt in Rechnung, dass zur *weiteren Verbilligung der Geräte* auch noch eine enorme Kapazitätsausweitung durch Ko-Positionierung von Satelliten erfolgen kann, so stellt das Satellitenfernsehen unstreitig den effizientesten Weg zur Verteilung von Programmen dar, speziell wenn man berücksichtigt, dass auch Kabelnetze und terrestrische Sender von der Zuführung über Satellit profitieren können.

5. Zukünftige Technologien

Nach dieser *Klärung der Kostenproblematik* wird es einfacher, sich auch die Frage nach der Einführung von zukünftigen Technologien insbesondere des digitalen Übertragungsverfahrens konkreter vorzustellen.

"Digital" bedeutet für den Konsumenten per se genauso wenig wie die Übertragungsnorm MAC oder PAL. Attraktiv wird dies erst, wenn mit dem Verfahren auch eine zusätzliche Leistung erbracht wird, die dem Konsumenten einen Vorteil oder Nutzen verschafft.

Derartige Mehrleistungen können bei *digitaler Übertragung* ausschliesslich erbracht werden:

1. durch Verbesserungen durch neue Fernsehdienste wie Breitbildformat oder HDTV. Ich will hier nicht der Nachfrage nach neuen Fernsehdiensten (16:9 oder HDTV) auf den Grund gehen.

2. durch eine Kapazitätsausweitung, was die Programmauswahl für den Zuschauer wesentlich erhöht.

Unter diesem zweiten Punkt möchte ich auf die Aussage von Georg-Michael Luyken hinweisen, dass in Zukunft auch in den elektronischen Medien mit einer zunehmenden Spezialisierung und damit einem Anwachsen der Programmauswahl zu rechnen ist.

Festzuhalten ist, dass bei der Einführung - von neuen Diensten generell - aber auch für den Empfang digitaler Sendungen im Kabel, wie bei der terrestrischen Verteilung, neue Zusatzgeräte erforderlich sind. Dies verändert das Gesamtbild, wie ich es Ihnen dargestellt habe nur insoweit, als dass nun auch bei terrestrischer wie Kabelverteilung - ähnlich wie das heute schon mit dem Receiver beim Satellitenfernsehen der Fall ist - spezielle zusätzliche Empfangsgeräte nötig werden. Damit wird diese bis jetzt für Satellitenfernsehen als Nachteil empfundene Situation ausgeglichen. Alle drei Empfangsarten benötigen ähnliche Geräte.

Die *Kosten der Empfangsgeräte* werden im Vergleich der verschiedenen Übertragungsmöglichkeiten einheitlicher werden, d.h. für Kabel und terrestrische Übertragungen relativ höher als für den heutigen Satellitenempfang.

Der Hauptunterschied zu den bisher üblichen Übertragungsverfahren wird darin bestehen, dass bei allen drei Übertragungswegen das digitale Verfahren zu einer signifikanten Kapazitätsausweitung führen wird. In relativen Zahlen wird diese Ausweitung des Potentials am meisten bei der terrestrischen Übertragung deutlich werden, welche heute wegen dem Frequenzmangel noch am stärksten benachteiligt ist. Ohne auf die praktischen Probleme der Markteinführung der digitalen Verfahren - wie z.B. die Parallelausstrahlung von Programmen in nicht kompatiblen Normen - einzutreten, darf doch gesagt

werden, dass die Kapazität bei der Programmverteilung dadurch auf lange Sicht gelöst scheint. Die Programmauswahl wird dann tatsächlich nur noch durch das Angebot der Veranstalter limitiert werden, welches durch Faktoren wie Kreativität der Konzepte, Nachfrage der Zuschauer, Produktionskosten, Finanzierungspotential usw. bestimmt wird.

Die relative Kostensituation für digitale Übertragungsart wird mehr oder weniger der heutigen Situation zu vergleichen sein. Terrestrische Ausstrahlung bleibt - im Vergleich zum Satelliten - für den Veranstalter teurer, sobald eine gewisse minimale regionale Versorgungsfläche überschritten wird. Betrachtet man die gesamte Kostensituation in der fernerer Zukunft, so dürfte das Kabel zum teuersten Verbreitungssystem werden, insbesondere weil es bei digitaler Übertragung einen grossen Teil seiner kapazitätsbedingten Überlegenheit gegenüber der terrestrischen Verbreitung verliert. Um das dargestellte Ge-

samtbild abzurunden darf aber nicht unerwähnt bleiben, dass das Kabel eine zukunftssträchtige Chance bietet, über die Satelliten- wie terrestrische Verteilung nicht verfügen: die Zwei-Weg-Kommunikation.

Alles in allem wird sich die Satellitenübertragung als primärer Weg sowohl für private Veranstalter wie für das Publikum erweisen, um kosteneffizient zur grösstmöglichen technischen Reichweite bzw. - aus der Sicht der Zuschauer - zu einer grösstmöglichen Auswahl an Radio- und Fernsehprogrammen zu kommen. Dies gilt insbesondere auch deshalb weil Satelliten gleichzeitig als idealer Zubringer sowohl für terrestrische Sender als auch für Kabelnetze dienen können. Damit schliesst sich der Bogen meines Themas und wir können als wesentliche Schlussfolgerung festhalten, dass in absehbarer Zeit die

Bedingungen für die privaten Programme gleich wie bei den öffentlich-rechtlichen sein werden. Der Wettbewerb wird sich dann ausschliesslich auf der Ebene der Programme abspielen und wie diese beim Publikum ankommen.

Abschliessend darf deshalb auch festgestellt werden, dass es nur logisch ist, dass sich der Erfolg der privaten Programme zeitgleich - und in grossen Teilen auch von diesem beeinflusst - mit dem Satellitenrundfunk entwickelte: nur die Satellitenübertragung bietet die kosteneffizienteste Möglichkeit zur Erhöhung des Publikumpotentials.

Die Zweckhe, die die Privaten in den Anfängen ihrer Unternehmensgeschichte mit dem Satellitenrundfunk eingegangen sind, wird also keine flüchtige Verbindung sein, sondern eine gute Partnerschaft bleiben. Das ist auch notwendig, weil nur gemeinsam die anstehenden schwierigen technologischen, wirtschaftlichen und medienpolitischen Probleme zu lösen sind.